

삼성 KPMG

# Samjong INSIGHT

Vol. 94·2026

삼성KPMG 경제연구원

## 산업과 시장을 바꾸는 AI 수익 기회 및 비즈니스 모델

Thought Leadership I

AI 수익 창출을 위한 비즈니스 모델

Thought Leadership II

산업을 바꾸는 AI 수익화 사례

Thought Leadership III

AI 생태계 기회 포착을 위한  
글로벌 경쟁·협력 전략



## 산업과 시장을 바꾸는 AI 수익 기회 및 비즈니스 모델

### Executive Summary

#### Thought Leadership I

AI 수익 창출을 위한  
비즈니스 모델

**02** AI 시장과 기술, 어디까지 왔나

**06** AI 활용 목적 및 AI 비즈니스 모델 구조

#### Thought Leadership II

산업을 바꾸는  
AI 수익화 사례

**10** AI로 재편되는 산업별 수익화 전략

IT 산업	12
통신 산업	14
모빌리티 산업	16
헬스케어 산업	18
유통 산업	20
소비재 산업	21
광고·미디어 산업	22
금융 산업	23

#### Thought Leadership III

AI 생태계 기회 포착을 위한  
글로벌 경쟁·협력 전략

**24** AI가 바꾸는 미래 변화상 및 기업의 기회

**25** 글로벌 AI 생태계 속 한국의 비즈니스 기회

**29** 빅테크·M7 기업의 경쟁·협력 구도 및 한국의 대응 방안

## Contact us

이효정 상무

hyojunglee@kr.kpmg.com

최창환 책임연구원

changhwanchoi@kr.kpmg.com

류승희 책임연구원

seungheeryu@kr.kpmg.com

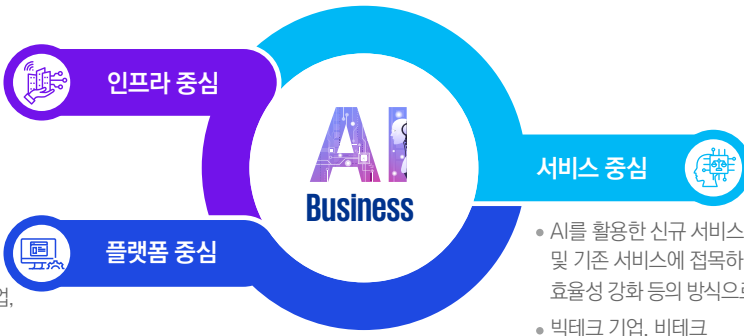
본 보고서는 삼정KPMG와 KPMG member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼정KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

# Executive Summary

AI 확산에 따른 주요 산업의 수익화 사례를 분석하고, 이를 바탕으로 국내 기업의 글로벌 경쟁·협력 전략과 실질적 수익 창출 방안을 제시

## AI 수익 창출을 위한 비즈니스 모델

- AI 모델, AI 반도체, 데이터센터 등 AI 기술 구현을 위한 인프라 제공
- 반도체, 정보통신, 빅테크 기업 등이 주로 구성
- AI 파운데이션 모델 공급, 클라우드 기반 플랫폼 운영
- 클라우드 기업, 정보통신 기업, 빅테크 기업 등이 구성



테크 기업	비테크 기업
수익화 유형	수익화 유형
구독형	효율 확대형
플랫폼형	매출 창출형
라이선스형	

## 산업을 바꾸는 AI 수익화 사례

주요 산업	테크		비테크					
	IT	통신	모빌리티	헬스케어	유통	소비재	광고·미디어	금융
수익화 유형	인프라 공급	인프라 공급	솔루션 구독	자동화 솔루션	개인화 서비스	제품 설계	제작 자동화	리스크 관리
	서비스 구독	솔루션 제공	공정 최적화	영상 분석·진단	재고 최적화	공정 자동화	맞춤형 솔루션	포트폴리오 수익률 향상
	맞춤형 솔루션	에이전트 서비스	서비스 강화	서비스 구독	공급망 고도화	공급망 최적화	구매 전환율 상승	고객경험 강화

## AI 생태계 기회 포착을 위한 글로벌 경쟁·협력 전략

**국내 특화 산업 분야의 AI 솔루션 개발을 통한 글로벌 비교우위 확보**

**반도체 기술력, 생산 인프라 강화를 통해 글로벌 AI 밸류체인 내의 주요 플레이어로 자리매김**

**한국의 글로벌 AI 비즈니스 전략 방향**

**현지 파트너십, 오픈소스 생태계 참여를 통해 글로벌 시장 진출 가속화**

**신뢰와 책임을 강조한 AI 생태계 구축을 통한 글로벌 시장에서의 지속 가능한 경쟁력 확대**

### M7의 AI 시대 핵심 성장 전략과 한국 기업의 대응 방향

AI 인프라 확대	플랫폼 중심 성장	물리적 AI 활용	오픈소스 기반 생태계 확장	알고리즘 강화 통한 서비스 효율성 제고
자체 설계 AI 반도체와 GPU 기술 등을 통해 AI 연산 능력 등 경쟁우위 강화	클라우드·모바일·PC 플랫폼에 AI 기능을 내재화하고 온디바이스 AI를 통해 시장 지배력 확대	자율주행과 피지컬 AI 등 물리적 AI 영역에서 자체 플랫폼을 활용해 기술 고도화와 인프라 의존도를 낮춤	AI 모델을 오픈소스로 제공하여 관련 생태계를 확대하고 AI 연구 활성화를 통해 시장 영향력 강화	AI 기반 데이터 분석과 알고리즘 고도화를 통한 개인화 강화로 수익성과 사용자 경험 증진

**한국 기업의 대응 방향**

- M7은 AI 인프라, 온디바이스 AI, 피지컬 AI, 자율주행, AI 에이전트 기술(MCP, A2A) 등 글로벌 AI 산업의 혁신 트렌드를 선도 중임
- 한국 기업은 M7과 경쟁을 위해 하드웨어 및 소프트웨어적 차별화 포인트 개발과 자체 생태계 확장을 전략적으로 추진해야 함

## Thought Leadership I

# AI 수익 창출을 위한 비즈니스 모델



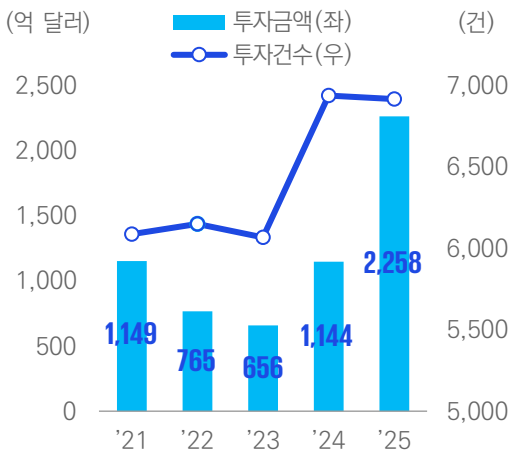
### AI 시장과 기술, 어디까지 왔나

#### 글로벌 AI 투자 및 전체 시장 규모

AI(인공지능)는 산업과 시장을 바꿔가고 있다. 최근 지정학적 긴장과 글로벌 경제 불확실성 등으로 인해 2025년 전반적인 투자 시장은 다소 보수적인 흐름을 보였지만, AI 분야만큼은 예외였다. 오히려 AI에 대한 투자와 관심은 더욱 집중되는 양상을 보였다.

2025년 글로벌 AI 스타트업 투자 금액은 2,258억 달러로, 2024년 한 해 전체 투자 규모의 2배 수준에 다다른다. 특히 주목할 점은 투자 건수가 6,913건으로 2024년(6,934건) 대비 줄었음에도 두배 가까운 금액을 유치했다는 점이다. 이는 오픈AI, 앤트로픽 등을 중심으로 소수의 대형 투자 건이 늘어났음을 보여주며, AI 분야에 대한 전략적·집중적 투자 기조가 한층 강화되고 있음을 시사한다.

#### ▶▶ 글로벌 AI 투자 금액 및 건수 추이



#### ▶▶ 2025년 가장 많은 투자를 유치한 글로벌 AI 기업

기업명	시기	투자 금액 (억 달러)	국가	내용
OpenAI	3/31	400	미국	ChatGPT 포함 범용 AI 상용화 선도 기업. 마이크로소프트, 소프트뱅크 등의 투자 유치
	10/26	225	미국	
Anthropic	11/18	150	미국	대규모 언어모델 'Claude' 시리즈 개발 기업. AI 안전성 가치 강조. 마이크로소프트, 엔비디아 등의 투자 유치
	9/2	130	미국	
	3/3	35	미국	
Scale AI	6/11	148	미국	대규모 AI 학습을 위한 데이터 라벨링·관리 플랫폼 기업. Meta로부터 투자 유치
xAI	10/8	75	미국	테슬라 CEO 일론 머스크가 설립한 AI 기업. AGI(범용인공지능) 개발 목표
	6/30	50	미국	
Anduril	6/5	25	미국	AI 기반 방위산업 분야 테크 기업
AnySphere	11/13	23	미국	AI 코딩 도구 '커서' 개발 기업

Source: CB Insights, 삼성KPMG 경제연구원

Source: CB Insights, 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

이와 같은 투자 기조가 지속 강화되며, 일각에서는 AI 버블론이 제시되고도 있다. 그러나 기업들은 이제 AI 시대를 피할 수 없는 현실로 인식하며, AI에 대한 투자 및 도입을 적극 확대하고 있다. KPMG Global의 '2026 글로벌 테크 리더 설문조사 리포트(KPMG Global tech report 2026)'에 따르면 글로벌 테크 임원진 97%가 AI를 통해 가치를 창출했거나, 2026년부터 창출할 수 있을 것이라고 응답하며, AI에 대한 낙관론을 보였다.

“

글로벌 AI 시장 2025년 3,717억 달러 규모에서 2032년 2조 4,070억 달러로 성장 전망 ”

이러한 투자 확대와 낙관 기조가 이어지며, AI 시장의 성장세 또한 더욱 뚜렷하게 나타나고 있다. 시장조사기관 MarketsandMarkets에 따르면, 2025년 약 3,717억 달러 규모로 예상되는 글로벌 AI 시장은 2032년까지 2조 4,070억 달러에 이를 것으로 보이며, 이 기간 동안 연평균 성장률(CAGR)은 30.6%에 달할 것으로 전망된다.

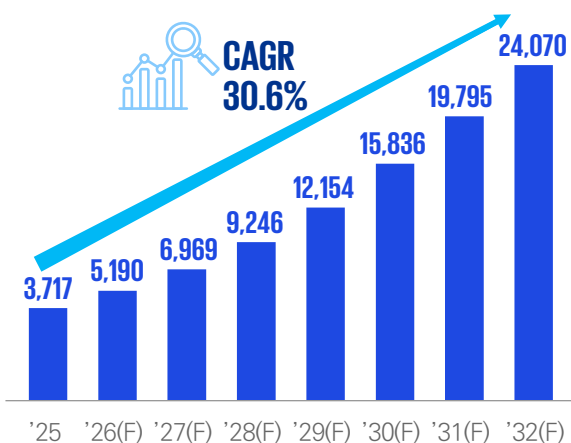
특히 AI 시장을 구성하는 인프라, 소프트웨어, 서비스 세 부문의 비중과 성장 속도 또한 시간의 흐름에 따라 역동적인 변화를 보일 것으로 예상된다. 2025년 기준 AI 반도체, 서버, 네트워크 장비 등으로 구성된 인프라 부문이 약 1,744억 달러 규모로 전체 시장의 46.9%를 차지하며 가장 큰 비중을 형성하고 있다. 이는 AI 모델 훈련과 추론을 뒷받침하는 컴퓨팅 파워 및 하드웨어 수요가 여전히 매우 중요함을 의미한다.

그러나 중장기적으로는 소프트웨어 영역이 AI 시장의 핵심 동력으로 부상할 것으로 보인다. 비즈니스 인텔리전스, 데이터 분석 플랫폼, 생성형 AI API, 개발자 툴킷 등을 포함하는 AI 소프트웨어 시장은 2025년 1,492억 달러에서 2032년에는 1조 3,855억 달러로 폭발적으로 성장할 것으로 전망되며, 전체 AI 시장 내 가장 큰 비중을 차지하게 될 것으로 보인다.

한편 AI 서비스 부문 역시 주목할 만한 성장세를 보일 것으로 예상된다. 데이터 보안, 프라이버시 보호 등 다양한 분야를 포함하는 이 시장은 2025년 481억 달러에서 2032년 5,562억 달러로 성장하며, 연평균 41.9%의 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 보인다. 이는 AI가 단순히 연산 인프라에 머무르는 기술이 아니라, 실제 산업 운영과 의사결정, 보안, 정책 준수에 이르기까지 산업 전반의 기능과 시스템에 깊숙이 통합될 것이라는 예측을 반영한다.

## ▶▶ 글로벌 전체 AI 시장 규모 추이 및 전망

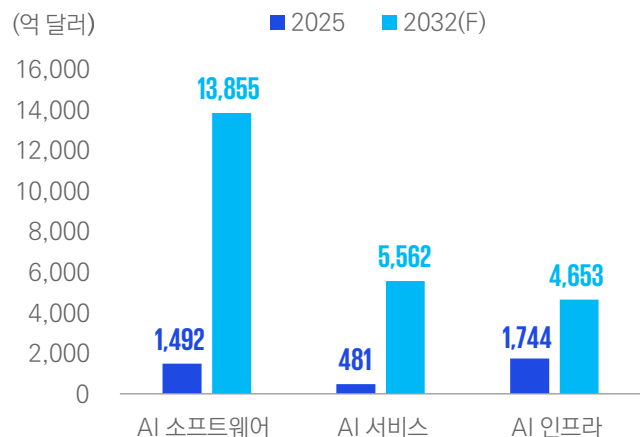
(억 달러)



Source: MarketsandMarkets, 삼정KPMG 경제연구원  
Note: (F)는 전망치

## ▶▶ 글로벌 부문별 AI 시장 규모 추이 및 전망

(억 달러)



Source: MarketsandMarkets, 삼정KPMG 경제연구원

Note: AI 소프트웨어는 비즈니스 인텔리전스 및 애널리틱스 플랫폼, 컴퓨터 비전 플랫폼, 노코드/로우코드 ML(머신러닝) 툴 등 포함, AI 서비스는 데이터 프로세싱 & 변환 서비스, 데이터 보안 & 프라이버시 서비스 등 포함, AI 인프라는 AI 반도체, 네트워크 장비 및 기기 등 포함, (F)는 전망치

## AI 생태계 및 기술 진화 방향

초기 알고리즘 개발이나 데이터 처리에 집중되었던 기술 중심의 AI 산업은 이제 데이터 수집부터 인프라, 모델 개발, 플랫폼, 응용 서비스에 이르는 전 주기적 밸류체인(Value Chain)으로 확장되고 있다. 이에 점점 더 다양한 분야의 기업들이 생태계에 참여하며, 여러 역할과 관계 또한 점차 복잡해지고 있다.

“ AI 생태계 내 데이터, 인프라, 모델, 플랫폼, 서비스 등 확장된 전 주기적 밸류체인 형성 ”

AI 밸류체인은 크게 다섯 가지로 구분할 수 있다. 첫째, AI 학습의 바탕이 되는 데이터 수집·생성·전처리를 위해 양질의 데이터를 보유한 기업의 가치가 높아지고, 데이터 전처리를 전문적으로 수행하는 데이터 기업들이 활발히 활동하고 있다. 둘째, 모델 개발 단계에서는 대규모 데이터를 기반으로 한 대규모 언어모델(LLM) 경쟁이 지속되는 가운데, 미국의 오픈AI(GPT), 구글(Gemini) 외에도 텐센트, 바이두, 딥시크 등 중국 기업들이 존재감을 확대하고 있다. 셋째, 플랫폼 및 소프트웨어 단계에서는 허깅 페이스(Hugging Face)처럼 AI 모델을 손쉽게 불러와 활용할 수 있도록 지원하는 API(Application Programming Interface)와 툴이 중요해지고 있으며, 이러한 기술적 기반 위에서 넷째, 애플리케이션 단계에서 챗GPT를 비롯한 다양한 산업 내 적용 가능한 생성형 AI 서비스들이 빠르게 확산되고 있다. 그리고 이 전 과정을 뒷받침하는 것은 컴퓨팅 인프라다. 고성능 반도체, 클라우드, 네트워크 기술이 핵심 기반으로 작용하며, 높은 연산 경쟁력을 지닌 엔비디아 등 기업이 AI 시대의 핵심 기업으로 그 영향력을 더욱 키워나가고 있다.

### » AI 산업 내 밸류체인



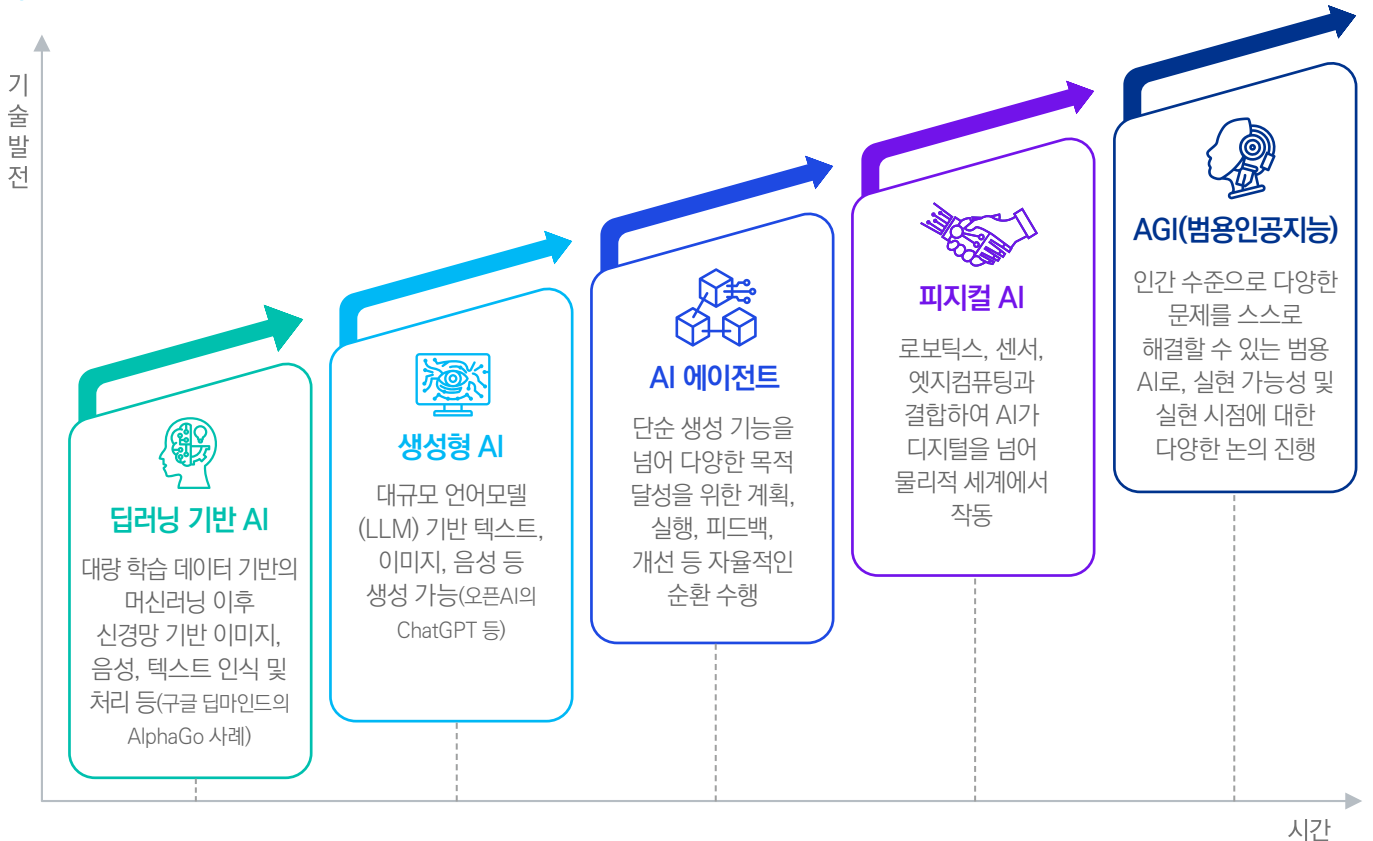
AI 산업이 복합 생태계로 진화해온 것처럼, 기술 발전 역시 다단계의 과정을 거치며 산업과 사회 전반으로 빠르게 확산되고 있다. 초기에는 특정 작업의 효율화를 위한 도구에 머물렀지만, 이제는 생성, 실행, 물리적 작동, 나아가 인간 수준의 사고까지 포괄하는 방향으로 고도화되고 있다.

“ AI 기술은 생성, 자율 실행, 물리적 작동, 인간 수준의 사고 구현으로 진화 중 ... 관련 산업 구조와 수익화 전략도 빠르게 재편 ”

특히 대규모 언어모델 기반의 생성형 AI는 텍스트, 이미지, 음성 등 다양한 콘텐츠 생성의 진입장벽을 낮추며, 챗GPT와 같은 서비스의 대중화를 이끌었다. 이로써 AI는 단순한 기술을 넘어 창작과 생산성을 높이는 실질적인 도구로 부상했다. 이러한 기반 위에서 AI는 스스로 목표를 설정하고 실행하며, 피드백을 통해 개선하는 ‘에이전트’ 형태로 진화하고 있다. 개인화된 서비스, 업무 자동화, 복잡한 의사결정 지원 등에서 AI 에이전트의 초기 적용이 이뤄지고 있으며, 다양한 산업 영역에서 보다 능동적인 기술로 확장되고 있다.

동시에 로봇틱스와 결합한 피지컬 AI도 주목받고 있다. 자율주행차, 물류 로봇 등에서 AI가 물리적 환경과 직접 상호작용하며 작동함으로써, 산업 현장에서 새로운 가치가 창출되고 있다. 이는 디지털을 넘어 실제 물리적 환경으로 AI 활용이 확장되고 있음을 보여주는 흐름이다. 더불어 인간처럼 다양한 문제를 학습하고 해결할 수 있는 범용인공지능(AGI)에 대한 논의도 활발히 진행 중이다. 아직은 연구 단계에 머물러 있지만, 기술적 가능성과 사회적 영향력을 고려할 때, 산업 및 정책 차원에서 중요한 미래 의제로 다뤄지고 있다. 이처럼 AI 기술은 각 단계마다 새로운 시장과 서비스 모델을 만들어내고 있으며, 이에 따라 산업 구조와 수익화 전략 또한 빠르게 재편되고 있다.

## ▶ AI 기술 발전 단계 추이 및 전망



# AI 활용 목적 및 AI 비즈니스 모델 구조

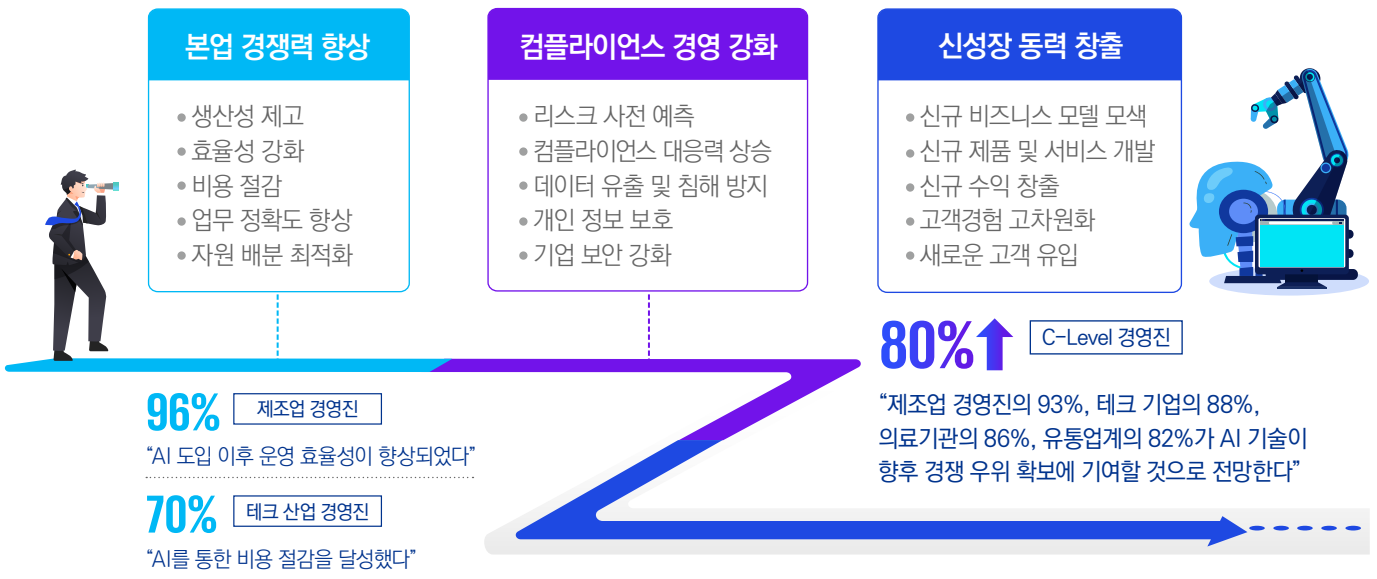
“ 가속도를 내며 진화 중인 AI 기술과 기업이 보유한 전문 산업 지식·경험(도메인)을 결합 ... 본업 경쟁력 강화를 넘어 신성장 동력 창출로 경쟁 우위 확보 도모 ”

## AI 도입 기업의 AI 활용 목적

AI 기술이 가속도를 내며 진화하는 시대 속 기업들의 AI 활용 목적도 고도화되고 있다. AI 도입 초기에는 기업의 본업 경쟁력 강화를 위한 효율성·생산성 제고를 위해 AI를 활용했다면 최근에는 AI로 본격적으로 수익을 창출(Monetization)하고, 신성장 동력을 모색하고자 한다. AI 기술과 각 기업이 보유하고 있는 전문 산업 지식·경험(도메인)을 결합하여 경쟁 우위 확보를 목표로 하고 있는 것이다.

AI 활용 첫 번째 목적인 ‘본업 경쟁력 향상’을 위해 기업들은 특히 반복적이고 정형화된 업무를 AI로 자동화하고 있다. 이를 통해 조직 내 자원 배분의 최적화를 도모하며 비용은 절감하고 효율성·생산성은 높이고 있다. 데이터 기반 의사결정과 AI를 통한 실시간 분석을 통해 업무 속도와 정확도 또한 높이는 효과를 기대 중이다. AI 활용 두 번째 목적으로는 ‘컴플라이언스 경영 강화’를 들 수 있다. AI로 리스크를 사전에 예측하고 컴플라이언스 대응을 강화 중이다. 특히 금융, 제조, 에너지 등 규제 민감도가 높은 산업에서는 AI 기반의 이상 탐지, 예측 분석, 자동화된 감사 기능 등을 통해 리스크 관리 체계를 정밀하게 수립하고자 한다. 내부통제, 개인 정보 보호 등 다양한 영역에서 AI가 데이터의 흐름을 실시간으로 감시하고, 이상 징후를 조기에 탐지함으로써 규제 대응의 신속성과 정확성을 확보할 수 있다. 또한 AI 보안 모델을 통해 데이터 유출 및 침해 위험을 최소화하고, AI 거버넌스 체계를 구축하여 책임성과 투명성 강화를 도모한다. AI 활용 세 번째 목적으로는 ‘신성장 동력 창출’로, 이 부분은 아직 완전한 성과를 내기 어려운 상황이지만 AI 도입 기업들의 궁극적 목표이다. AI를 활용하여 새로운 비즈니스 모델 개발, 제품 및 서비스 혁신, 기존과 차원이 다른 고객경험으로 고도화를 하여 새로운 고객을 유입하여 기업의 수익 창출을 하고자 한다. 이렇듯 기업들은 AI를 단순한 기술이 아닌 기업의 큰 그림을 그려 나가는 중장기 전략과 연결된 실행 자산으로 인식하는 중이다. 그러나 아직까지는 AI 활용의 성과를 극대화하지 못하는 기업이 적잖은 상황으로, AI를 활용한 수익화를 위한 전략 수립에 중점을 두기 시작했다.

### 기업의 AI 활용 목적 고도화



Source: 삼정KPMG 경제연구원, KPMG Global

Note: 상기 수치는 미국, 영국, 독일, 프랑스, 중국, 일본, 호주, 캐나다 등 8개국 C-레벨 1,390명 대상 AI 활용에 대한 설문조사로 도출된 결과

## AI 비즈니스 모델(BM) 구조 및 수익화 유형

기업의 AI 활용 목적이 다변화되고 AI가 제공하는 활용 가치가 높아짐과 함께 AI를 기반으로 실제 수익을 창출할 수 있는 수익화 방식에 대한 고민도 커졌다. AI 생태계에 적합한 비즈니스 모델을 기반으로 기업의 경영 환경에 맞는 수익화 모델을 구성하는 것이 AI 시대 기업의 경쟁력을 확대할 수 있는 수단으로 많은 관심을 받는 중이다.

AI를 기반으로 수익을 창출하는 비즈니스 모델로는 AI 모델 운영을 위한 인프라 중심과 AI 모델을 운영하는 플랫폼 중심 모델이 있다. 아울러 이를 통해 직접적으로 효율성과 지능이 강화된 서비스를 제공하는 서비스 중심의 수익화 모델 또한 나타나고 있다.

“ AI 기반 비즈니스 모델에는 인프라 중심과 플랫폼 중심, 효율성과 지능이 강화된 서비스를 제공하는 서비스 중심 모델로 구성 ”

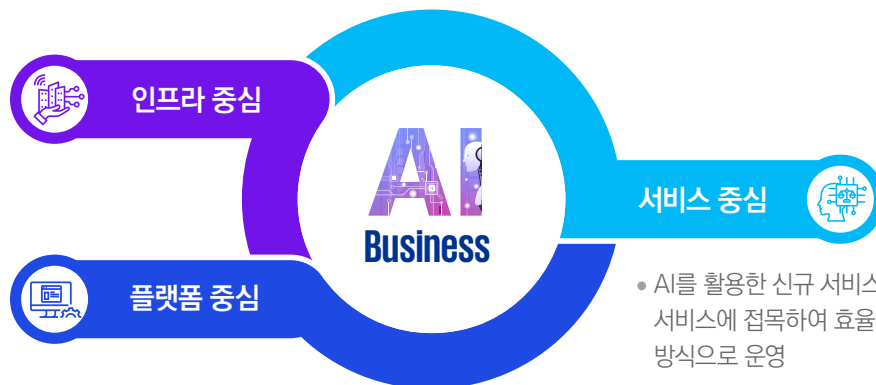
먼저, 인프라 중심 비즈니스 모델로는 AI 모델이 운영될 수 있는 데이터센터, AI 반도체 등의 자원을 개발 및 운영하여 수익을 내는 비즈니스 모델이 주를 이룬다. 반도체 기업, 정보통신 기업, 빅테크 기업 등은 인프라를 중심으로 AI 생태계 창출에 기여하며 수익을 창출한다.

AI 서비스를 중심으로 발전하고 있는 비즈니스 모델로는 AI 파운데이션 모델 등 플랫폼 중심의 서비스와 개별 서비스 중심의 비즈니스 모델이 대표적이다. AI 모델을 개발하여 제공하는 빅테크, 통신 기업 등의 기술 기업은 직접 개발한 모델을 클라우드 또는 온프레미스(On-Premise) 형태로 제공하여 수익을 창출하며, AI 모델을 자사의 서비스에 연계하여 서비스를 운영 및 판매하여 수익을 내는 서비스 중심 기업도 존재한다.



### ▶ AI 기반 비즈니스 모델 구분

- AI 모델, AI 반도체, 데이터센터 등 AI 기술 구현을 위한 인프라 제공
- 반도체, 정보통신, 빅테크 기업 등이 주로 구성
- AI 파운데이션 모델 공급, 클라우드 기반 플랫폼 운영
- 클라우드 기업, 정보통신 기업, 빅테크 기업 등이 구성



- AI를 활용한 신규 서비스 개발 및 기존 서비스에 접목하여 효율성 강화 등의 방식으로 운영
- 빅테크 기업, 비테크(Non-Tech) 기업 등이 중심

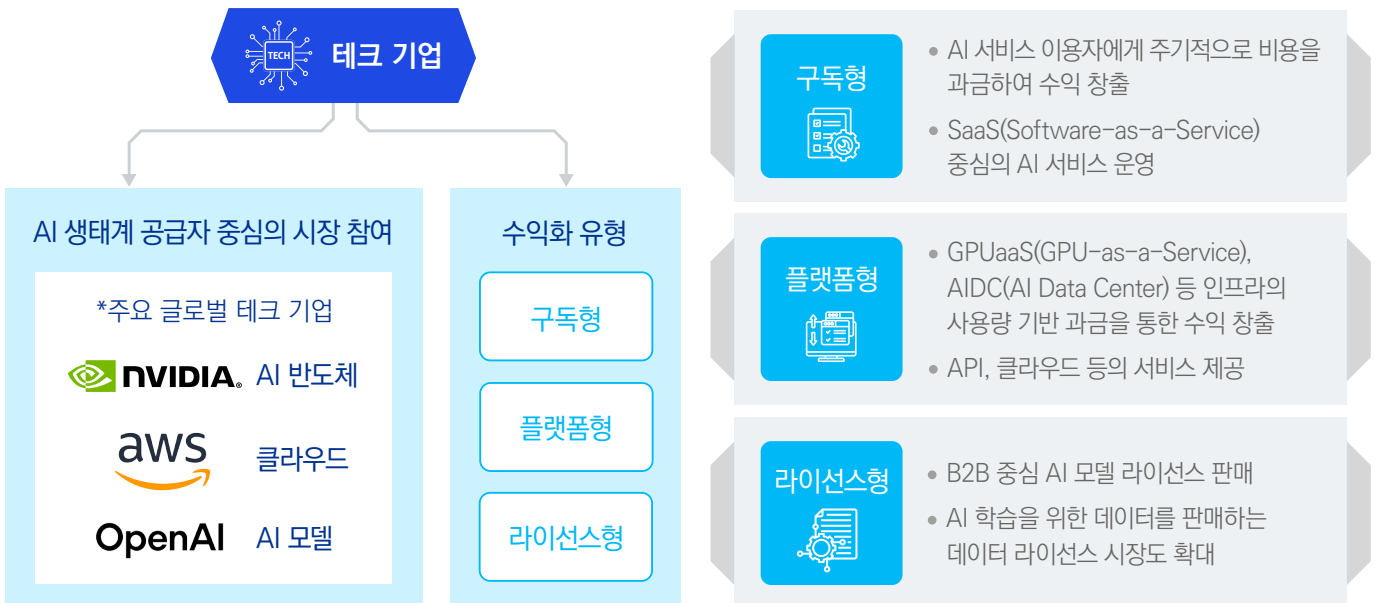
“ 테크 기업은 사용 기간에 따라 비용을 내는 구독형과 사용량에 따라 비용을 내는 플랫폼형, AI 서비스의 성과에 따라 비용을 내는 성과 기반형으로 수익 창출 ”

시를 활용한 수익화 유형을 살펴보기 위해서는 해당 기업이 시를 직접 개발하는지, 또는 타사가 개발한 시를 활용하는지를 염두에 두어야 한다. 시를 직접 개발하는 기업으로는 AI 서비스의 기반이 되는 기술을 직접 개발하는 AI 생태계의 공급자 역할을 중심으로 하는 테크 기업을 들 수 있다. 타사가 개발한 시를 활용하는 기업으로는 자사의 서비스와 AI 기술을 융합하여 수익을 창출하는 비테크(Non-Tech) 기업을 꼽을 수 있다. AI 기술 생태계를 주도하고 있는 테크 기업에는 AI 반도체, 데이터 서버 등의 인프라를 만들어서 제공하는 전자 장비 제조 기업과 네트워크, 클라우드, 데이터센터 등의 서비스를 제공하는 통신 기업, 그리고 AI 모델을 직접 개발하여 운영하는 빅테크 등의 AI 개발 기업이 있다.

테크 기업은 AI 생태계의 공급자 역할을 수행하며 수익을 창출하기 위해 AI 모델, 반도체, 클라우드 등의 인프라를 B2B(Business-to-Business), B2C(Business-to-Customer) 형태로 제공한다. 테크 기업은 사용 방식에 따라 사용 기간에 대한 비용을 내는 구독형과 사용량에 대한 비용을 내는 플랫폼형, B2B 고객에게 AI 모델을 활용할 수 있는 권리와 각 기업이 AI 모델을 학습시킬 때 활용할 수 있는 데이터셋을 제공하여 비용을 받는 라이선스형 등의 방식으로 수익을 창출하고 있다. 구독형 수익 모델로는 SaaS(Software-as-a-service) 등의 형태로 AI 서비스 구독자에게 비용을 청구하는 방식이 대표적이며, 플랫폼형 방식은 API, 클라우드 등의 인프라를 활용하는 이용자에게 사용량에 해당하는 비용을 청구하는 방식이 주로 활용된다.

구독형 방식의 수익 창출은 AI 모델을 직접 개발하는 AI 개발 기업이 주로 활용하여 자체 모델을 기반으로 개발한 AI 서비스를 제공하는 방식이 주로 나타난다. 대표적인 예시로 AI 모델 GPT의 개발 기업 오픈AI가 제공하는 AI 서비스인 챗GPT는 이용자에게 매월 일정한 이용료를 받는 방식으로 서비스를 제공하는 구독형 방식으로 수익을 창출하고 있다.

» 테크 기업의 AI 기반 수익화 유형



Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

SI 모델이 대형화되며 우수한 컴퓨팅 역량을 보유한 외부 데이터센터를 활용하여 클라우드 시스템 기반의 서비스가 운영되는 비중이 크게 나타나며 플랫폼형 방식을 통해 SI 수익을 확보하는 기업도 다수 나타났다. 클라우드 서비스를 제공하는 SK텔레콤, KT 등의 통신 기업과 아마존웹서비스 등의 클라우드 서비스 전문 기업은 자사의 클라우드를 통해 다양한 AI 모델을 활용할 수 있도록 제공하는 AlaaS(AI-as-a-Service) 형태로 이용자의 사용량에 기반한 플랫폼 수수료를 받는 방식으로 수익화에 나서고 있다.

“

비테크 기업은 운영 효율 확대를 통한 비용 감소 효과 창출과 신규 서비스 출시 및 고객경험 강화를 통한 신규 매출 창출로 수익 확보 ”

테크 기업의 라이선스 기반 수익화 방식으로는 문서 및 영상 데이터를 보유한 온라인 미디어, 플랫폼 기업 등이 SI 모델의 학습 능력을 강화할 수 있도록 디지털화된 데이터를 판매하는 데이터 라이선스 판매 방식의 수익화를 적극적으로 도모하고 있다. 직접 개발한 AI 모델을 타사의 플랫폼에서 활용할 수 있도록 SI 모델의 라이선스를 판매하는 비테크 기업의 수익화 전략도 도출된다.

비테크 기업은 AI 모델 등 인프라를 자체 개발해서 수익을 창출하는 방식이 주를 이루는 테크 기업과 달리 기존 자사가 운영하고 있는 서비스 혹은 내부 운영 시스템에 AI 모델을 접목하여 효율을 강화하고, 새로운 서비스를 통해 수익창출 동력을 만드는 방식으로 SI를 통한 수익 확보에 나서고 있다. 금융, 물류, 헬스케어, 유통, 제조 등 다양한 산업에 속한 비테크 기업은 기존 자사 시스템의 운영 효율 확대를 통한 비용 감소 효과 창출과 신규 서비스 출시 및 고객경험 강화를 통한 신규 매출 창출 등의 방식으로 SI를 통한 수익 확보에 나서고 있는 모습이 나타났다.

포스코는 계열사 포스코DX에서 개발한 AI 에이전트 서비스에 사내 데이터를 학습시켜 임직원의 업무 효율을 확대하는 효율 확대형 AI 서비스를 도입한 사례를 공개하였다. 롯데마트는 영국의 리테일 분야 기술을 개발하는 오카도(Ocado)와 함께 고객의 구매 이력을 SI로 분석하여 고객이 필요로 할 상품을 자동으로 온라인 장바구니에 담아주는 서비스를 운영하여 매출 창출형 AI 수익 확대 효과를 도모하고 있다.

## ▶ 비테크(Non-Tech) 기업의 AI 기반 수익화 방식





## Thought Leadership II

# 산업을 바꾸는 AI 수익화 사례

### 시로 재편되는 산업별 수익화 전략

“  
AI가 산업에서 활용되는  
방식 다양화 ...  
다수 산업의 비즈니스  
모델 변화 ”

#### AI가 변화시키는 산업별 수익화 구조의 변화

AI 기술력의 발달과 함께 AI가 산업에서 활용되는 방식이 변화하며 AI가 여러 산업의 비즈니스 모델을 변화시키는 수준에 달하였다. AI를 자동화 역량에 접목하여 업무의 효율을 높이는 방식으로 활용하는 사례가 등장하였다. AI 자체를 수익 모델의 주요 수단으로 활용하여 기업의 고유 자산과 산업의 특징을 접목한 새로운 비즈니스 모델의 창출 또한 나타났다. AI는 산업의 혁신을 유발하는 중추적인 요인으로 자리하였으며, 기업의 다양한 밸류체인에 영향을 미치고 있다.

IT 산업에서는 AI를 통해 기존 서비스 효율의 극대화를 도모할 뿐 아니라 AI 인프라를 기반으로 한 사업을 영위하고, AI 기능이 접목된 서비스를 상품 판매 및 구독형으로 제공하는 등의 수익 창출 방식이 비즈니스 모델에서 나타났다. 통신 산업은 방대한 데이터 기반 정보 처리 역량을 확보하는 것이 각 기업의 AI 활용을 위한 주요 고려 요소로 자리하며 관련 비즈니스 모델을 마련하였다.

모빌리티 산업에서도 차량의 여러 센서를 통해 지속해서 취득할 수 있는 데이터를 AI 기반으로 분석하여 수익을 창출하는 소프트웨어 중심의 수익 구조가 빠르게 확대되고 있다. 헬스케어 산업에서는 진단, 치료, 사후관리 등 환자의 건강관리를 위한 분야에 AI 활용을 통한 수익화 노력과 함께, 의료기관의 운영, 의료 기술의 연구 등 헬스케어 전반의 영역으로 AI를 통한 수익화 움직임이 도출되는 중이다.

유통 산업에서는 AI를 기반으로 개인화 추천, 다이내믹 프라이싱, 수요예측 및 공급망 최적화와 같은 매출 증대와 효율 확대를 이뤄내는 수익 모델이 주로 나타나고 있다. 소비자 산업에서는 AI를 통해 R&D와 생산 자동화, 재고 등의 관리 효율성 강화를 통해 제품의 경쟁력 제고 및 매출 확대를 위한 수익 경로를 발굴하기 위해 노력하고 있다.

광고·미디어 산업에서는 AI의 콘텐츠 생성 역량을 활용한 수익화 움직임이 주목받았다. 금융 산업에서는 AI 도입을 통해 리스크 정교화, 내부통제 강화, 업무 생산성 제고, 수익률 강화 등의 수익성 극대화 노력이 이어졌다.

## » 주요 산업별 AI 기반 수익 모델과 활용 방식

산업 분류	산업 분야	주요 AI 수익 모델 유형	주요 AI 수익화 사례
테크	IT	1) AI 인프라 제공(클라우드) 2) 서비스 효율 강화 3) AI 서비스 구독·프리미엄 4) 산업별 맞춤형 B2B 솔루션(API)	- AI 학습·추론 인프라 제공(사용량 기반 과금) - 광고·검색 효율화로 전환율 상승 - AI 서비스 Freemium 전략: 산업별 솔루션(SaaS/API) 공급
	통신	1) AIDC(AI 데이터센터) 기반 인프라 사업 2) B2B AI 솔루션 3) B2C AI 에이전트 서비스	- GPU(Graphic Processing Unit) 클러스터 기반 AI 연산 인프라(GPUaaS) - 기업용 통합 AI 스택 제공 - 고객 응대·맞춤형 AI 비서 서비스
비테크	모빌리티	1) 신규 수익원 창출 모델 2) 내부 효율화 모델	- 실시간 차량 데이터 분석·판매 - 광고·콘텐츠·AI 기반 프리미엄 기능 구독 - 자율주행 기능 유료화 - 제조·공정·품질 AI 최적화 - AI 챗봇·가상비서 기반 고객 응대 자동화
	헬스케어	1) 병원 운영 자동화(SaaS) 2) AI 영상 진단 3) 정밀의료·치료 추천 4) 신약 개발 AI 플랫폼 5) 건강관리 구독 서비스 6) 만성질환·영양관리 AI	- 의료 행정·문서 업무 AI 자동화 솔루션 - 영상 판독 정확도 향상 AI - 유전체·임상 데이터 분석 기반 치료 제안 - 신약 후보 AI 설계 플랫폼 - 웨어러블+AI 코칭 구독모델: 보험 기반 영양/질환 관리 서비스
	유통	1) 개인화 기반 매출 증대 2) 수요 예측 및 재고 최적화 3) 가격 최적화 4) 물류 경로 및 공급망 고도화	- AI 기반 임직원 및 고객경험 제고 - 개인화 추천 - 다이내믹 프라이싱(Dynamic Pricing) - 밸류체인 고도화
	소비재	1) R&D 등 개발 역량 확대 2) 공정 자동화 3) 수요 예측 및 공급망 관리	- 신제품 아이디어 기획 및 제품 설계 - 공정 자동화 통한 불량률 감소 및 에너지 소비 효율 개선 - 물류 자동화 배송 경로 최적화 등 물류 비용 감소
	광고·미디어	1) AI 기반 광고 제작 혁신 2) AI 광고 최적화 모델	- 영상·이미지·카피 제작 자동화로 비용·시간 절감 - 타겟팅·문구·노출 시점 자동 조정 - 전환율 및 광고 ROI(투자 대비 수익) 증가
	금융	1) AI 기반 리스크 관리 및 손실 절감 2) 심사 자동화 및 컴플라이언스 지원 3) AI 기반 포트폴리오 관리 4) 초개인화 고객 관리	- 리스크 예측 기반 손실 최소화 - 내부통제·심사·상담 자동화 기반 비용 절감 - AI 알고리즘 기반 투자 분석으로 수익률 향상 제고 - 고객 맞춤형 포트폴리오 개발로 수수료 수익 증대

# IT 산업

“ IT 기업은 AI를 기존 사업 모델에 접목하여 수익성 강화 도모 ... AI 중심 신규 사업 모델도 확대 ”

## AI 인프라 구축과 솔루션 개발을 통한 수익 창출

IT 산업은 기술 친화적인 문화와 데이터 중심의 비즈니스 모델을 기반으로 AI를 선도적으로 활용하여 수익 창출에 적극적인 모습을 보이고 있는 산업군으로 주목받는다. 테크 산업에 속한 다양한 기업은 AI를 기존 사업 모델에 접목하여 수익성 강화를 도모함과 함께 AI를 중심으로 한 신규 사업 모델을 확대하는 움직임도 가져가고 있다.

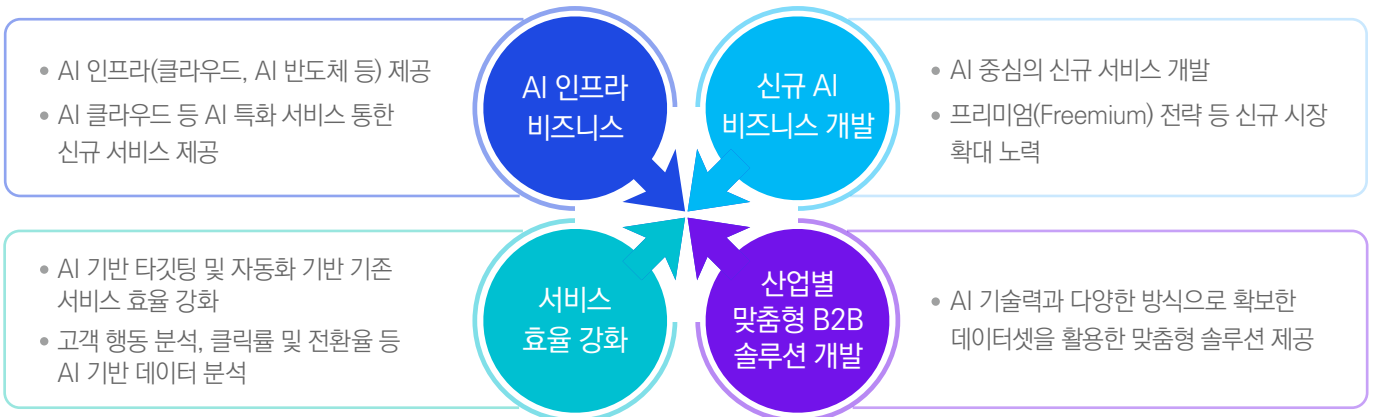
IT 기업이 AI 기술을 활용해 수익을 창출하는 방식은 크게 네 가지 유형으로 나눌 수 있다. 첫째, 클라우드 컴퓨팅 서비스를 통해 AI 인프라를 제공하고 사용량 기반 과금 모델로 수익을 얻는 방식이다. 알파벳(구글), 마이크로소프트, 아마존웹서비스 등의 빅테크 기업은 생성형 AI 서비스를 활용하고자 하는 기업을 대상으로 자사의 클라우드 서비스에 AI 기능을 강화한 서비스를 출시하여 수익을 창출하고 있다.

둘째, 서비스 효율 강화 중심의 수익 모델은 AI를 활용해 고객 행동을 분석하고 타겟팅을 정교화하여 클릭률과 전환율 등의 서비스 효율을 높여 수익 강화를 도모한다. 구글은 검색 결과에 AI 분석을 통한 광고 자동화로 미세 타겟팅을 구현하는 방식으로 자사의 광고 서비스 효율이 강화되는 효과가 나오고 있다.

셋째, AI 서비스를 자체적으로 출시하여 구독 및 프리미엄 방식으로 이용자로부터 수익을 창출하는 수익 모델이 있다. 구글의 제미나이 등의 AI 서비스는 기본 기능을 무료로 제공하고 고급 기능은 유료로 판매하는 방식인 프리미엄(Freemium) 전략을 활용하여 AI 서비스의 확산과 매출 창출을 도모하였다.

마지막으로 IT 기업은 자사가 보유한 우수한 AI 기술과 데이터셋을 기반으로 각 산업별 맞춤형 솔루션을 개발하여 AI 서비스를 B2B(Business-to-Business) 형태로 공급하여 수익을 창출하고 있다. IT 기업은 B2B 시장에 AI를 API(Application Programming Interface) 형태로 제공하고 있으며, '25년 7월 기준 기업용 AI API 시장에서 앤스로픽, 오픈AI, 구글이 전체 시장의 77% 수준을 차지하는 것으로 알려졌다. 아마존웹서비스 등 클라우드를 통한 B2B 서비스를 제공하는 빅테크 기업은 기업 고객을 대상으로 AI 기술 및 데이터셋을 판매하거나 라이선스를 제공하며, 산업별 맞춤형 솔루션을 SaaS 형태로 제공하는 방식이다.

### IT 기업의 AI 수익화 유형



시를 통해 수익 창출을 선도적으로 가져가는 기업으로는 마이크로소프트, 구글 등의 글로벌 빅테크 기업과 엔비디아, 삼성전자, SK하이닉스 등의 AI 인프라 개발 기업, 삼성전자, LG 전자 등의 가전 기업 등이 IT 기업의 주요 사례로 주목받고 있다.

“ 빅테크 기업은 자사의 서비스에 AI를 접목하여 추가 매출을 창출 ... AI를 중심으로 한 신규 서비스로 신규 수익 창출도 도모 ”

빅테크 기업은 자사의 서비스에 AI를 접목하여 추가 매출을 창출함과 함께, AI를 중심으로 한 신규 서비스를 출시하여 신규 수익을 창출한다. 마이크로소프트는 AI를 기존 제품과 서비스에 통합하여 수익을 창출하는 전략을 펼치고 있는 것이 주목할 특징이다. 대표적으로 AI 에이전트 서비스인 ‘Copilot’을 자사의 기존 소프트웨어에 내장하여 기능을 강화하고, 이에 따라 AI 서비스 구독 요금을 부가하여 수익을 확보하고 있다. 또한 클라우드 플랫폼인 ‘Azure’에서는 기업 고객에서 활용할 수 있는 AI 인프라를 제공하는데, 국내 통신기업 KT, 배달의민족 등이 ‘Azure’의 AI 서비스를 통해 AI 에이전트 서비스, 맞춤형 메뉴 추천 서비스 등을 개발하여 운영하는 사례가 나오고 있다. 알파벳(구글)은 AI 기술을 통해 신규 서비스를 출시하여 수익 창출에 나섰다. B2C(Business-to-Consumer) 시장을 중심으로 자체 개발한 AI 서비스 ‘제미니(Gemini)’의 기본 기능을 무료로 제공하고, 특정 이용자층의 니즈에 맞춘 고급 기능은 Google AI Pro, Ultra 등의 요금제를 통해 월 단위 요금을 징수하고 있다.

엔비디아, 삼성전자, SK하이닉스 등의 반도체 기업은 AI 서비스 운영을 위한 데이터 처리에 특화된 인프라 개발을 통해 하드웨어 중심의 매출을 창출하고 있다. 엔비디아는 이에 더해 자율주행 기술을 개발하는 자동차 기업 등에서 AI 개발을 위해 활용하는 GPU 중심의 병렬 컴퓨팅 플랫폼 ‘CUDA’를 통한 소프트웨어 서비스도 운영하고 있다. 엔비디아는 ‘CUDA’를 무료로 제공하고 있으나, ‘CUDA’ 활용을 위해 엔비디아의 GPU와 ‘CUDA’ 전용 툴킷을 구매하여야 하며, 플랫폼 내 이용자를 자사 인프라에 락인(Lock-in)하는 효과가 창출되고 있다.

삼성전자와 LG전자 등은 기존 자사 제품에 AI를 접목하여 제품의 효율성을 강화하고, 신규 기능을 추가한 냉장고, 세탁기, TV 등의 가전 제품을 출시하고 있으며, AI를 통한 통제 기능을 강화한 스마트홈 서비스를 가전 분야의 주요 혁신 기술로 주목하고 있다.

## » IT 기업의 AI 수익화 유형 및 사례

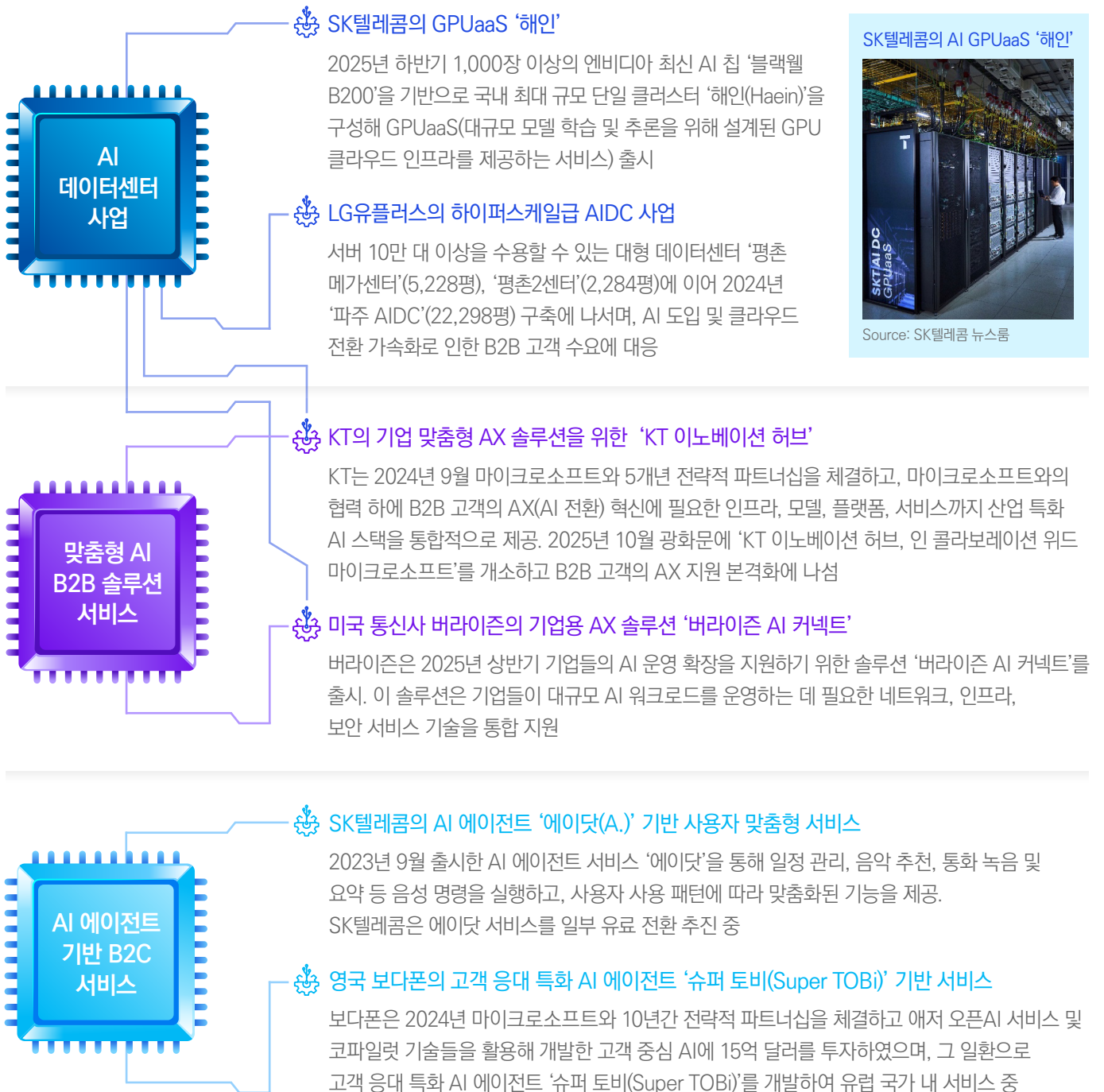
기업 유형	AI 수익화 유형	활용 사례
빅테크 기업	기존 서비스에 AI 통합 및 신규 AI 서비스 출시	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 마이크로소프트: Copilot을 기존 소프트웨어에 내장 → 구독 요금 부과</li> <li>• 마이크로소프트(Azure): 기업용 AI 인프라 제공(KT, 배달의민족 등 활용)</li> <li>• 알파벳(구글): Gemini 무료 + Pro/Ultra 요금제 운영</li> </ul>
인프라 기업	AI 처리용 반도체 및 병렬 컴퓨팅 플랫폼 제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 엔비디아: GPU + CUDA 플랫폼 → 하드웨어 매출 + Lock-in 효과</li> </ul>
가전 제조 기업	기존 제품에 AI 접목 → 기능 강화 및 스마트홈 혁신	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 삼성전자, LG전자: AI 기반 냉장고, 세탁기, TV 출시 및 스마트홈 제어 기능 강화</li> </ul>

# 통신 산업

## 통신사의 AI 기반 수익화 사업 유형 및 최근 주요 추진 사례

통신사는 전통적인 통신 네트워크 중심의 사업 구조에서 벗어나 AI 기술을 핵심 동력으로 한 융합형 서비스 사업자로 진화하고 있다. AI 데이터센터 등 인프라 기반의 비즈니스 모델 및 수익 구조를 창출하고, 이러한 AI 인프라를 토대로 기업 고객에게는 맞춤형 AI 전환 솔루션을, 일반 소비자에게는 AI 에이전트를 활용한 개인화 서비스를 제공하는 등 AI 기반 수익화 사업을 본격 추진하고 있다.

### » 통신사의 AI 기반 수익화 유형 및 추진 사례



“  
국내외 통신사들은  
AI 데이터센터, 맞춤형  
B2B 솔루션 및 B2C  
서비스를 통한 수익화  
전략 구사 ”

AI 기반 데이터센터에 대한 수요가 늘어나며, 이에 대응해 통신사들이 기존의 IDC(Internet Data Center)를 AIDC(AI Data Center)로 전환하며 수익화에 나서고 있다. 생성형 AI의 확산과 대규모 모델 학습 수요 증가는 고성능 연산 인프라에 대한 의존도를 높이고 있으며, 통신사들은 자사가 보유한 네트워크, 전력, 보안 역량과 국내외 주요 인프라 기업들과의 협력을 바탕으로 AI 연산에 특화된 인프라 사업을 본격화하고 있다.

SK텔레콤은 2025년 하반기 엔비디아 최신 AI 칩 ‘블랙웰 B200’을 기반으로 한 국내 최대 규모의 단일 클러스터 ‘해인(Haein)’을 구축하고, GPUaaS(GPU as a Service) 형태의 서비스를 출시하였다. 특히 ‘해인’은 SK텔레콤이 2024년 7월 투자한 미국의 AI 데이터센터 통합 솔루션 기업 팅컨 솔루션스와의 협업 결과물로, 이를 통해 대규모 모델의 학습 및 추론을 위한 고성능 GPU 클라우드 인프라를 제공하며, AI 산업 전반의 컴퓨팅 수요를 선점하려는 전략을 추진하고 있다. LG유플러스 또한 하이퍼스케일급 AIDC 사업을 확대 하며 AI 인프라 시장 공략에 속도를 내고 있다. 경기도 평촌에 구축한 서버 10만 대 이상을 수용할 수 있는 대형 데이터센터 2곳에 이어 2024년 ‘파주 AIDC(22,298평)’ 구축에 나서며 대규모 AI 워크로드를 처리할 수 있는 전력·냉각·보안 체계 마련에 나섰다. 이를 기반으로 LG유플러스는 고성능 연산 환경을 필요로 하는 기업 고객을 대상으로 한 B2B AI 인프라 서비스를 비롯한 AI 사업을 지속 강화해 나가고 있다.

통신사들은 AI 인프라 사업을 넘어 B2B 솔루션 및 B2C 서비스 영역으로 수익화 모델을 확장하고 있다. KT는 2024년 9월 마이크로소프트와 5년간 전략적 파트너십을 체결하고, B2B 고객의 AX(AI 전환) 혁신을 지원하는 솔루션을 제공하고 있다. 마이크로소프트와 협력해 인프라·모델·플랫폼·서비스를 아우르는 통합형 AI 스택을 구축했으며, 2025년 10월 광화문에 해당 서비스를 본격적으로 지원하는 전용 거점 ‘KT 이노베이션 허브, 인 콜라보레이션 위드 마이크로소프트’를 개소했다. 미국의 버라이즌(Verizon) 또한 2025년 상반기 기업들의 AI 운영 확장을 지원하기 위한 B2B 솔루션 ‘버라이즌 AI 커넥트(Verizon AI Connect)’를 출시해, 대규모 AI 워크로드 운영에 필요한 네트워크·보안·인프라 서비스를 통합적으로 제공하며 AI B2B 시장 공략에 나서고 있다.

한편 B2C 영역에서도 AI 에이전트 기반 고객 서비스 고도화가 본격화되고 있다. SK 텔레콤은 2023년 9월 AI 에이전트 ‘에이닷(A.)’을 출시해 일정 관리, 음악 추천, 통화 녹음 요약 등 사용자 맞춤형 AI 기능을 제공하고 있으며, 일부 기능의 유료화 전환을 추진 중이다. 영국의 보다폰(Vodafone)은 마이크로소프트와 10년 장기 파트너십을 체결하고, 생성형 AI 및 클라우드 기술을 기반으로 한 고객 응대용 AI 에이전트 ‘슈퍼 토비(Super TOBi)’를 출시해 유럽 여러 국가에서 서비스를 운영하고 있다. 이처럼 통신사들은 AI를 통해 고객경험을 개인화하고 서비스 효율성을 높이는 한편, 새로운 수익 모델 창출로 사업 경쟁력을 강화하고 있다.



# 모빌리티 산업

“ 모빌리티 기업이 AI를 활용해 수익을 창출하는 방식으로는 신규 수익원 창출 모델과 내부 효율화 모델이 존재 ”

## 내부 공정 효율화와 신규 수익원 창출을 통한 AI 수익화

모빌리티 산업도 AI를 적극적으로 활용하여 산업의 혁신을 도모하고 기업의 수익성 강화를 위한 움직임이 나타나는 산업이다. 모빌리티 기업이 AI를 활용해 수익을 창출하는 방식으로 첫 번째는 기존 모빌리티 시장에서 활용되지 않던 비즈니스 모델을 AI를 통해 새롭게 창출하여 새로운 수익원으로 만드는 신규 수익원 창출 모델이 있다. 두 번째 방식은 기존 모빌리티 산업의 생산, 운영 등의 주요 프로세스에 AI를 접목하여 효율을 강화함과 함께 비용의 감소를 도모하는 내부 효율화 모델이다.

먼저, 신규 수익원 창출 모델에서는 다양한 모빌리티 분야 데이터 확보와 AI의 우수한 분석력을 기반으로 파악되는 실시간 차량 데이터를 분석하여 새로운 서비스의 개발 및 모빌리티 관련 데이터의 판매를 통한 수익 창출 방식이다. 모빌리티 분야의 데이터를 다양한 방식으로 분석하여 정부 및 기업에 판매하는 데이터 수익화를 도모하기도 하며, 차량 내 인포테인먼트 시스템을 활용한 위치 기반 광고, 운전자 취향에 맞춘 개인화 콘텐츠 구독 서비스, 그리고 AI 기반 기능을 프리미엄 옵션으로 제공하는 구독 기반 서비스 모델도 활용되고 있다. 테슬라 등 모빌리티 기업은 또한 B2C(Business-to-Consumer) 고객을 대상으로 AI 기반 분석을 통해 파악한 운전 습관에 맞춘 경로 추천, 차량 상태 분석을 통한 예측 정비, 자율주행 기술 및 무인 택시 서비스, 첨단 운전자 보조 시스템(ADAS) 등의 특화 서비스를 유료로 제공하는 방식을 통해 신규 수익원을 창출하고 있다.

모빌리티 기업의 두 번째 AI 기반 수익 모델 방식인 내부 효율화 모델은 AI를 통해 제조 및 공급망을 최적화하고 생산성과 비용 절감을 통한 수익성 개선을 목표로 한다. 엔비디아와 협업하여 디지털 트윈 기반의 제조 환경 혁신을 도모하는 현대자동차그룹 등의 모빌리티 기업은 예측 유지보수를 통해 공장 설비의 고장을 사전에 감지하여 공정 지연 시간을 최소화 하고, 생성형 AI를 활용한 차량 디자인 및 프로토타입 개발 시간 단축을 통한 수익성 개선을 도모하고 있다. 또한 고객 지원 영역에서는 테슬라, GM 등 글로벌 모빌리티 기업과 현대 자동차그룹이 자체 AI 서비스 개발 및 구글, 네이버 등 빅테크 기업과 협업하여 AI 챗봇과 가상 비서를 통해 문의 응대 및 서비스 예약을 자동화함으로써 운영 효율을 높이는 사례도 나오고 있다.

### ▶ 모빌리티 기업의 AI 수익화 유형



“  
글로벌 모빌리티 기업이  
AI를 모빌리티 산업에  
접목하여 수익을  
창출하는 사례가  
다수 나타남 ”

글로벌 모빌리티 기업이 AI를 모빌리티 산업에 접목하여 수익을 창출하고 있는 사례는 이미 다수 나타나고 있다. 기술 기반 사업모델 구축에 앞서 나가고 있는 모빌리티 기업으로 평가되는 테슬라는 AI를 기반으로 한 소프트웨어 수익 모델을 적극적으로 도입하고 있는 기업 중 하나이다. 차량에 탑재된 다수의 하드웨어를 활용해 제공하는 자율주행 기능을 차량 판매와 별도로 이용자가 소프트웨어 비용에 대한 결제를 통해 활용할 수 있도록 제공한다. 테슬라의 차량 이용자의 약 12%가 자율주행 소프트웨어에 대한 비용을 지불하고 있으며, 2025년 3분기 기준 테슬라 전체 매출의 2% 수준이 이를 통한 매출로 추정된다. 테슬라는 또한 AI를 활용한 운전자 데이터 기반 보험 서비스를 출시하여 개인별 데이터를 활용한 맞춤형 요율을 적용하는 방식을 통해 보험 운용의 효율성을 강화한 상품도 운영하고 있다.

빅테크 기업 구글의 클라우드를 통해 가상 비서 'OnStar' 서비스를 모빌리티에 탑재하여 원격 차량 제어 기술을 제공하고 있는 미국 모빌리티 기업 GM은 구글의 AI 기술을 활용하여 AI 기반 대화형 서비스를 2026년부터 자사 모빌리티에 도입할 계획을 공개하였다. 구글의 AI 서비스 제미니를 기반으로 한 GM의 모빌리티 서비스는 차량 주행 중 대화형 서비스를 기반으로 메시지 작성, 운전 경로 설정, 차량 데이터 관리를 통한 유지·보수 지원 등의 이용자 편의 강화 서비스를 AI 기반으로 운영할 계획이다.

독일 모빌리티 기업 BMW는 AI 기반 개인화된 고객 분석을 통해 서비스 개선에 적극 나서는 것과 함께 내부의 다양한 프로세스를 개선하여 비용 절감에 나서고 있는 기업이다. 운전자의 개별 데이터를 학습하여 시가 자동으로 좌석 위치나 온도 조절 등의 편의성 강화를 위한 서비스를 제공하고 있으며, 차량 제조 분야에서는 에너지 관리, 품질 제어, 차량 설계 등 400개 이상의 공정 과정에서 AI를 통한 최적화로 생산 비용 감소 효과를 도모하고 있다.

현대자동차그룹도 AI를 통해 생산 자동화를 위한 스마트 팩토리 구축에 나서고 있다. 현대자동차그룹은 반도체 기업 엔비디아의 AI 인프라를 활용하여 자율주행 시스템과 디지털 트윈 기반의 첨단 제조 기술 연구를 위한 협업 관계 구축을 발표했다.

## » 모빌리티 기업의 AI 수익화 유형 및 사례

구분	수익화 유형	사례
신규 수익원 창출 모델	AI 소프트웨어를 별도 과금하여 수익 창출	• 테슬라: 차량 판매와 별도로 자율주행 기능을 소프트웨어 요금으로 제공하여 전체 매출의 약 2% 창출 (2025년 3분기 기준)
	AI 기반 운전자 데이터 활용 보험 상품 출시	• 테슬라: 개인별 맞춤형 요율 적용으로 새로운 보험 상품 운영
	대화형 AI 서비스 도입 계획	• GM: 구글 Gemini 기반 메시지 작성, 경로 설정, 차량 유지보수 지원 기능을 2026년부터 모빌리티에 적용 예정
내부 효율화 모델	AI 기반 고객 분석 및 차량 내 편의 기능 자동화	• BMW: 좌석 위치, 온도 조절 등 운전자 데이터 기반 자동 설정 기능 제공
	제조 공정 최적화를 통한 비용 절감	• BMW: 에너지 관리, 품질 제어 등 400개 이상의 공정에 AI 적용
	스마트 팩토리 구축 및 제조 기술 고도화	• 현대자동차그룹: 엔비디아 AI 인프라 활용하여 자율주행 시스템 및 디지털 트윈 기반 제조 기술 연구

# 헬스케어 산업

“ AI 기반 의료 업무 효율화, 진단 보조, 맞춤형 치료 서비스로 시장에서 수익화 ”

**AI로 촉발된 헬스케어 산업의 대전환**



보다 자세한 내용을 원하시면 보고서 사진을 클릭하시거나 QR코드를 스캔해주세요.

## 헬스케어 산업 내 분야별 주요 AI 기업 및 제품 수익화 사례

의료 분야에서는 AI를 기반으로 한 업무 효율화, 진단 보조, 맞춤형 치료 서비스가 빠르게 수익화되고 있다. 그 중 병원 행정 및 운영 분야에서는 진료 과정의 행정 부담을 줄이고 생산성을 높이는 사업이 중심이다. 대표적으로 프랑스의 나블라(Nabla)는 진료 중 의료진의 대화를 실시간으로 인식해 전자건강기록을 자동 작성하는 AI 솔루션을 제공하고 있다. 이를 통해 의료진의 기록 시간을 단축하며, 병원 단위 구독형 SaaS 모델로 수익을 창출하고 있다. 또한 미국 팔란티어(Palantir)는 병원, 제약사, 공공기관을 대상으로 AI 기반 의료데이터 분석 플랫폼을 운영하며, 글로벌 의료기관 및 제약사와의 장기 계약을 통해 데이터 라이선스 및 병원 운영, 수익 사이클관리 등 맞춤형 분석 솔루션을 판매하며 수익화하고 있다.

의료 스크리닝 및 진단 분야에서는 AI가 영상 및 이미지 데이터를 분석해 판독 정확도를 높이는 서비스가 주요 수익원으로 자리잡고 있다. 한국의 루닛(Lunit)은 이미지, 영상 데이터를 기반으로 체내 비정상 소견을 탐지하고 판독을 보조하는 AI 진단 솔루션을 개발·운영하고 있으며, 이를 통해 암 진단 등 임상 현장에서 활용되는 의료영상 AI 서비스의 상용화를 추진하고 있다. 미국의 래드 AI(Rad AI)는 방사선학 영상 판독 소견을 제공해 의료기관의 판독 정확도를 높이고 시간을 단축시키며 수익화하고 있다.

치료 및 처방 분야에서는 AI가 환자의 건강 데이터를 기반으로 맞춤형 치료를 제안하거나, 원격 치료를 제공하는 서비스가 부상하고 있다. 미국의 템퍼스 AI(Tempus AI)는 유전체 분석과 임상 데이터를 통합한 AI 정밀의료 플랫폼을 통해 병원과 제약사 간 협력 계약을 체결하며, 임상시험 매칭 및 치료 경로 솔루션으로 수익을 창출하고 있다. 또한 소드 헬스(Sword Health)는 AI와 임상 전문가 네트워크를 결합한 가상 물리 치료를 위한 AI 솔루션 '피닉스(Phoenix)'와 같은 근골격계 질환자 대상 디지털 물리치료 플랫폼을 운영하며, 기관뿐만 아니라 B2C 모델로 수익화를 해나가고 있다.

### » 의료 분야 AI 기술 기반 기업들의 주요 사업 내용 및 수익화 방식

	병원 행정·운영	스크리닝·진단	치료·처방
기업 사례	<p><b>Nabla</b> 영상 기록 자동 문서화 등 워크플로우 효율성에 초점을 맞춘 AI 솔루션</p> <p><b>Palantir</b> 병원 운영, 수익 사이클 관리 등에 특화된 병원 전용 AI 솔루션</p>	<p><b>Lunit</b> 이미지, 영상 기반 AI 진단 기술을 활용해 체내 비정상 소견 탐지와 암 진단을 지원하는 솔루션</p> <p><b>Rad AI</b> 방사선학 영상 판독 소견을 제공하는 AI 소프트웨어 솔루션</p>	<p><b>TEMPUS</b> 유전자 검사, 임상 데이터 기반 치료 추천 및 임상시험 매칭 지원 등 AI 정밀의료 솔루션</p> <p><b>sword</b> 근골격계 질환자 대상 웨어러블 센서, AI 분석, 원격 물리치료를 결합한 프로그램</p>
수익화 방식	AI로 의료 행정·문서 업무를 자동화, B2B SaaS 중심 운영	AI 영상·병리 분석을 통한 정밀진단, 라이선스·OEM 확장	데이터 기반 맞춤 치료·재활 지원, B2B·성과형 모델 전개

Source : 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

“ 제약·웰니스 분야 내 AI 기반 연구 효율화, 예방 중심 관리, 사후케어 구독 서비스, 데이터 관리를 수익화 통한 사례 발생 ”

제약과 웰니스 분야에서도 AI 기술을 활용한 수익화 모델이 빠르게 정착하고 있다. 제약·연구 분야에서는 AI가 신약 후보 물질 발굴과 연구 효율화의 핵심 도구로 자리잡고 있다. 미국의 리커전 파마슈티컬즈(Recursion Pharmaceuticals)는 생물학, 화학, 데이터과학을 통합한 AI 플랫폼을 통해 유전자와 화합물간 상호작용을 분석하고, 신약후보물질 발굴, 효능 및 독성 예측, 타겟 식별 등을 지원한다. 이러한 기술을 바탕으로 리커전은 글로벌 제약사와 공동 연구를 진행하거나 데이터 판매로 수익화하고 있다. 캐나다의 베리에이션 AI(Variational AI)는 생성형 AI를 활용해 사용자가 정의한 치료제 목표 특성에 맞는 소분자 화합물을 설계하는 플랫폼 ‘Enki’를 운영한다. 방대한 사전 데이터 없이 신약 후보를 생성할 수 있는 기술로 연구 기간을 단축하고, 바이오 제약사와의 공동개발 계약 및 라이선스 수익 등을 확보하고 있다.

질병 예방 및 건강 증진 분야에서는 개인 건강 데이터를 기반으로 한 구독형 헬스케어 모델이 확산되고 있다. 미국의 펑션 헬스(Function Health)는 연간 멤버십을 통해 보험 없이 접근이 어려운 100여 개 이상의 혈액검사와 전문가 분석 서비스를 제공하는 구독 모델로 수익을 창출하고 있다. 미국의 후프(Whoop)는 수면, 심박수 변이(HRV), 피로도 등을 측정하는 웨어러블 기기와 AI 코칭 서비스를 결합해, 월 구독 기반 멤버십으로 안정적인 수익 구조를 구축했다.

사후관리 분야에서는 만성질환 및 영양 관리 중심의 AI 서비스가 주목받고 있다. 미국의 너리시(Nourish)는 AI와 전문 영양사 네트워크 기반의 영양상담 플랫폼으로, 식습관 개선과 질환 관리 서비스를 제공하며 보험 청구 기반 수익 모델을 운영한다. 미국의 오마다 헬스(Omada Health) 또한 당뇨·비만 등 만성질환군을 대상으로 AI 기반 영양 교육, 식단 지원 관리 등을 제공하며, 기업·보험사 대상 B2B2C 계약 모델로 2025년 매출 약 2억 6천만 달러를 기록했다. 이처럼 제약과 웰니스 전반에서도 AI 기업들은 연구 효율화와 예방 중심 관리 및 사후 케어에 걸쳐, 데이터와 구독 기반의 수익 구조를 완성하며 의료 산업의 새로운 성장 축으로 부상하고 있다.

## ▶▶ 제약 및 웰니스 분야 AI 기술 기반 기업들의 주요 사업 내용 및 수익화 방식

	제약·연구	예방·증진	사후관리
기업 사례	 <b>RECURSION</b> 고품질 데이터와 AI 기반 세포 이미지 및 약물 영향을 분석하여 신약 후보 물질 발굴  <b>VARIATIONAL AI</b> AI를 활용해 치료 목적 특성 기반 약물 유사성이 높은 소분자 화합물을 생성하여 신약 개발을 수행	 <b>Function</b> 연간 멤버십 기반의 다양한 혈액검사 등에 대한 AI 분석으로 예방적 솔루션 제공  <b>WHOOP</b> 피트니스 트래킹 웨어러블과 AI 기반 건강 코칭 기능이 결합된 솔루션 제공	 <b>Nourish</b> 비만 환자 등 만성질환자 대상 AI 기반 식단 분석 등 영양 관리 특화 원격의료 플랫폼  <b>omada</b> 당뇨, 고혈압 등 만성 대사질환자 대상 AI 기반 영양 교육, 식단 지원 관리 플랫폼
수익화 방식	AI 신약 설계를 통해 공동개발, 데이터 라이선스 중심의 비즈니스 전개	생체 데이터 기반 건강관리로 구독형·SaaS 모델 운영	AI 코칭·질환 관리로 B2B 제휴 및 성과형 계약 확장

# 유통 산업

“ 소비자 및 유통 기업 임직원 활용 ‘에이전틱 커머스’ 필두 ... ‘RAG(검색 증강 생성)’, ‘다이내믹 프라이싱’ 등 유통 밸류체인 전반의 AI 통한 수익 증대 ”

**에이전틱 커머스 (Agentic Commerce), 쇼핑의 자율주행을 이끈다**



보다 자세한 내용을 원하시면 보고서 사진을 클릭하시거나 QR코드를 스캔해주세요.

## 유통 산업의 AI 도입에 따른 수익 창출 경로 및 최근 주요 사례

국내외 유통 기업들은 AI 기반 소비자 개인화 전략과 수요 예측 분석력을 향상시켜 매출과 수익 증대를 위해 AI를 활용하고 있다. 또한 AI 기술 진화에 힘입어, 상품 가격 최적화와 물류 경로 및 공급망 고도화를 진전시키는 중이다.

실제 성과로, KPMG Global의 ‘인텔리전트 리테일(Intelligent Retail, 2025)’ 보고서에 따르면, 설문조사에 참여한 글로벌 유통 기업 C-레벨 임원진은 AI 혁신을 통해 고객경험 강화(34%), 공급망 관리 강화(30%)를 경험했다고 응답했다. 소비자와 유통 기업 임직원을 지원하는 에이전틱 커머스와 함께, LLM(대규모 언어모델)과 실시간 데이터 검색 기능을 결합하여 시의적절한 인사이트를 제공하는 RAG(검색 증강 생성) 등 수요 예측부터 개인 맞춤형 제품 추천에 활용하는 기술을 통해 유통 밸류체인이 변화 중이다.

유통 강자로서 전통적 방식에 머무르지 않고 AI 기반 혁신을 더해가는 미국 월마트는 AI 어시스턴트인 ‘애스크 샘(Ask Sam)’을 활용해 직원의 실시간 검색·업무 지원을 가능하게 하며, 고객용 쇼핑 AI 서비스도 병행해 구축했다. 소비자 개인화 추천에 일가견이 있는 아마존은 AI 시대 속 추천 역량을 강화하여, 2025년 미국 블랙프라이데이 기간 동안, AI 쇼핑 어시스턴트 ‘루퍼스(Rufus)’ 활용 아마존 세션의 구매 전환율이 직전 30일 평균 대비 100% 증가한 성과를 거뒀다. 네이버 또한 쇼핑 특화 AI 에이전트 도입을 진전시켜 나가고 있다. 종합 유통 플레이어 외에도 특정 섹터에 전문성을 지닌 버티컬 유통 플레이어 중 뷰티 유통 분야의 올리브영은 AI 기반 고객 분석 및 K-컬처 연계 전략으로 외국인 관광객 등 고객 유입을 도모했다. 패션 유통에 특화된 무신사는 AI 디자인 보조 도구를 활용해 트렌드 분석 및 상품 기획 중이다. 무신사는 AI 이미지 검색 및 개인화 추천 엔진의 성능을 향상시켜 고객경험을 개선하고 구매 전환율을 높이고 있다.

### 유통 산업의 AI 기반 수익 창출 경로

- 개인화 기반 매출 증대**
  - AI가 소비자 구매 이력과 실시간 행동 등 데이터를 분석
  - 이를 통해 개인화된 상품 추천, 맞춤형 마케팅 등에 활용하여 구매 전환율을 높임
- 수요 예측 및 재고 최적화**
  - AI 기반 수요 예측 모델 등을 도입
  - 재고 부족 및 재고 초과 문제를 최소화하며 수익 증대에 기여
- 가격 최적화 (Dynamic Pricing)**
  - AI가 시장 수요·경쟁사 가격·재고 현황 등 수요·공급 데이터를 실시간 분석
  - 최적 가격을 동적으로 산출하는 다이내믹 프라이싱 모델이 진화 중
- 물류 경로 및 공급망 고도화**
  - 물류 경로 최적화로 배송 시간과 물류 비용 감소
  - 공급망 내 다수 주체와 AI 기반 실시간 상호작용을 통해 공급망 고도화

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

### 유통 국내외 플레이어의 AI 기반 수익 증대 사례

구분	주요 사례
종합 유통 플레이어	월마트 <ul style="list-style-type: none"> <li>AI 기반 재고 관리 혁신 및 임직원 경험(EX)·고객경험(CX) 강화</li> <li>AI 어시스턴트 ‘애스크 샘(Ask Sam)’ 도입으로 월마트 직원들의 실시간 검색·업무 지원</li> <li>고객용 쇼핑 AI 서비스로 고객경험 강화</li> </ul>
	아마존 <ul style="list-style-type: none"> <li>AI 개인화 추천 및 다이내믹 프라이싱</li> <li>AI ‘루퍼스(Rufus)’ 기반 고객의 쇼핑 질문에 답하며, 제품 추천부터 구매 지원</li> <li>대규모 동적 가격 시스템을 기반으로 고객별 상품 추천 정확도를 높여 구매 전환율 상승 기여</li> </ul>
	이마트 <ul style="list-style-type: none"> <li>AI 기반 자동 발주 시스템 고도화</li> <li>AI 기반의 자동 발주 시스템을 고도화하고 있으며 신선식품의 폐기율을 낮추고 재고 회전율 개선</li> </ul>
버티컬 플레이어 (특정 섹터 특화)	CJ 올리브영 <ul style="list-style-type: none"> <li>AI 고객 분석 및 K-컬처 연계</li> <li>AI 기반 고객 분석과 K-컬처 결합 전략으로 관광객 소비자 등 유입 확대</li> </ul>
	무신사 <ul style="list-style-type: none"> <li>AI 이미지 검색 및 개인화 추천 엔진 향상</li> <li>AI 활용 트렌드 분석 및 상품 기획을 정교화하며, AI 이미지 검색 및 개인화로 구매 전환율 기여</li> </ul>

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

# 소비재 산업

## 식품·뷰티·패션 등 소비재 산업의 AI 수익 창출 경로 및 최근 주요 사례

“ AI 파운데이션 모델 지닌 빅테크와 협업 모델 구축 ... 자체 AI 개발 역량 강화 전략 또한 수립 ”

소비재 산업은 제조업을 기반으로 하여 R&D(연구·개발)부터 생산이 중차대한 산업이다. 물류 관련 공급망 최적화, 판매와 서비스, 소비자와의 접점에 이르기까지 최근 AI를 통해 매출 확대와 수익 증대에 나서고 있다. 소비재 기업들은 AI를 단순 기술 도입을 넘어 비즈니스 모델 혁신의 도구로 활용하며, 신제품 R&D 고도화, 생산 단계의 제조 품질과 재고 관리, 생산 자동화에 AI를 도입하며 수익 강화를 도모 중이다. 아울러 물류 및 공급망 최적화, 수요 예측 및 제품 추천·가격 책정에 AI를 활용을 확대하고 있다.

이를 위해 AI 파운데이션 모델을 지닌 빅테크와의 협업에도 적극적이다. 글로벌 뷰티 기업 에스티로더의 향수 브랜드 ‘조 말론 런던’의 경우, 온라인 쇼핑에서 향수 시향을 할 수 없다는 페인포인트(Pain Point)에 착안하여 구글 AI 제미나이 기반 향수 추천 시스템을 미국, 영국에서 선보였다. 조 말론 런던 온라인 사이트에 접속한 소비자가 매장 직원과 상담하듯 “오늘은 어디로 여행을 떠나고 싶나요. 과수원의 상쾌함? 활짝 핀 꽃밭의 따스함? 바람 부는 해안선의 매력?”처럼 향 데이터를 담은 감성적 질문을 하여 온라인에서 쇼핑하는 소비자의 물리적 한계를 극복하게 하고 있다.

### ▶ 소비재 산업의 AI 기반 수익 창출 경로 및 국내외 기업 사례



Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

# 광고·미디어 산업

“ AI 기술의 상업적 활용이 가장 활발한 광고 시장 ... 생성형 AI 기반 제작 혁신, AI 추천 모델 도입으로 수익 증대 ”

## 광고 시장 내 AI 도입에 따른 수익 창출 경로 및 최근 주요 사례

AI는 광고와 미디어 산업 전반에 빠르고 강력한 변화를 일으키고 있으며, 특히 광고 산업은 AI 기술이 가장 먼저 수익 구조에 직접적인 영향을 미치고 있는 대표적 분야 중 하나이다. 최근 들어 국내외 주요 소비재, 미디어, 제약업체 등 산업을 막론하고 AI를 활용한 광고 제작과 운영이 빠르게 확산되고 있으며, 이를 통해 광고 효율성과 수익성이 동시에 개선되는 추세다.

AI 도입에 따른 광고 시장의 수익성 개선 경로는 크게 두 가지 경로로 구분된다. 우선 생성형 AI를 활용한 광고 제작 혁신이다. 2024년 미국 마케터 704명을 대상으로 한 조사 결과, 62%가 AI를 활용해 신규 주제를 발굴하고, 34%는 소셜미디어 게시물 제작, 12%는 데이터 및 성과 분석에 AI를 활용하고 있는 것으로 나타나며 광고의 전 주기에서 AI가 이미 폭넓게 사용되고 있음을 보여준다. 이처럼 광고 기획, 제작, 성과 분석 전 과정에서 AI를 도입하여 제작 기간이 단축되고 인력 및 비용 부담을 줄일 수 있어 전체 제작 효율성과 수익성 개선에 기여한다.

둘째는 AI 기반 광고 추천과 최적화 모델의 도입을 통한 수익 증대다. AI는 방대한 사용자 데이터를 학습해 타깃, 문구, 노출 시점을 자동으로 조정하며 광고 전환율과 사용자 체류 시간을 동시에 높이고 있다. 이러한 기술은 글로벌 빅테크 기업들의 광고 플랫폼 전반에 빠르게 확산되고 있다. 구글은 검색 기반 AI 광고 최적화 솔루션 'AI Max for Search Campaigns'를 통해 사용자의 검색 의도와 행동 데이터를 분석하고 광고 제목과 설명문을 실시간으로 생성·조정하며, 이를 적용한 광고주의 전환수나 전환가치가 평균 14% 증가했다고 밝혔다. 메타 또한 'Meta Advantage+' 솔루션을 통해 캠페인 설계, 타깃 조정, 예산 배분, 광고 배치 등 전 과정을 AI가 자동화하도록 지원하고 있으며, 이를 활용한 광고주는 투자금 1달러당 과거 대비 22% 증가한 평균 4.52달러를 회수해 AI 기반 광고 최적화가 실질적인 수익 향상으로 직결되고 있음을 보여주었다.

창작 영역에 뛰어난 생성형 AI 투자 현황과 활용 전망

보다 자세한 내용을 원하시면 보고서 사진을 클릭하시거나 QR코드를 스캔해주세요.

### 마케터들의 생성형 AI 활용 주요 목적



### AI 기반 광고 추천과 최적화 모델을 통한 수익 증대

- 빅테크 플랫폼의 광고 최적화 솔루션 사례

구글의 AI 기반 광고 자동화 솔루션 'AI Max for Search Campaigns'를 이용한 광고주는 기존 대비 전환수 (conversions) 또는 전환 가치(conversion value)가 평균 14% 증가

메타의 AI 기반 광고 자동화 솔루션 'Meta Advantage+'를 이용한 광고주는 솔루션 투자 금액 1달러당 비즈니스 수익으로 과거 대비 22% 증가한 평균 4.52달러 회수

Source: Statista, Content Marketing Institute, 삼정KPMG 경제연구원  
 Note: 2024년 5월 미국 마케터 704명 대상 설문조사 결과

Source: 구글, 메타 보도자료, 삼정KPMG 경제연구원

## 금융 산업

“ 금융사, AI 기반 밸류체인 고도화로 비즈니스 모델 혁신 및 신규 수익 창출 ”

### 금융 산업의 AI 도입에 따른 수익 모델 및 최근 주요 사례

은행, 보험사, 금융투자회사 등은 자사 사업 특성을 고려하여 AI를 밸류체인 전반에 도입 중이다. AI를 사업에 적용하는 금융사 중심으로 리스크 관리 강화에 따른 손실 축소 등 비용 절감과 생산성 향상, 고객경험 강화에 따른 매출 증대와 신규 수익 창출 등 수익 증대를 동시에 달성하고 있다.

AI 도입 선두 은행으로 꼽히는 미국 JP모건체이스(JPMorgan Chase)는 고객 상담·지원 등 프론트 오피스부터 사기 탐지와 리스크 관리 등 백오피스까지 600여 개 업무에 AI를 활용해 FY2024 기준 10억~15억 달러 혜택을 창출했다. 미국 레모네이드(Lemonade)는 보험 가입, 클레임과 언더라이팅 과정에 AI를 도입해 최근 매출 성장, 손해율 개선 및 비용 효율화를 실현 중이다. 글로벌 자산운용사 블랙록(BlackRock)의 디지털 자산운용·관리 플랫폼 알라딘(Aladdin)은 기관투자자 대상 SaaS(Software-as-a-Service)로 자리매김하여 기술 서비스 매출에서 성장세를 보이고 있다.

#### ▶ 금융 산업의 AI 기반 수익 창출 경로 및 해외 기업 사례





## Thought Leadership III

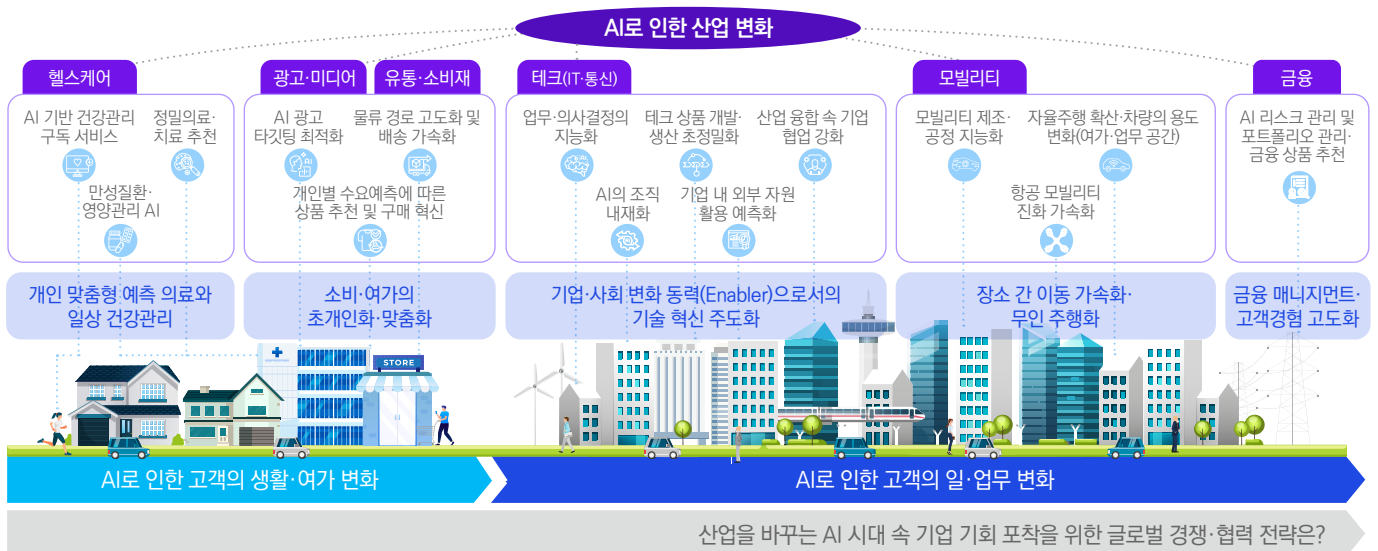
# AI 생태계 기회 포착을 위한 글로벌 경쟁·협력 전략

### AI가 바꾸는 미래 변화상 및 기업의 기회

#### AI로 인한 산업·고객의 변화 및 비즈니스 기회

산업을 바꾸는 AI 시대 속 시장과 고객을 둘러싼 변화가 가속도를 내고 있다. 향후 5~10년 내 근미래에 AI는 고객의 생활·여가·업무 방식 등 삶의 전반을 구조적으로 변화시킬 가능성이 크다. 이와 같은 전환은 산업의 또 다른 변혁을 이끌어내고, 소비자 행태의 변화와 기업·사회의 구조적 재편은 다시 전체 AI 시장에 영향을 미치는 상호 연결된 동인으로 작용한다. 현 시점에서 치열하게 일어나는 각 산업의 AI 수익화 경쟁은, 곧 AI 생태계 확장 속 비즈니스 기회 포착을 위한 글로벌 경쟁·협력으로 이어진다. 그렇다면 한국 기업들은 글로벌 AI 경쟁·협력 양상에서 어떤 전략을 펼쳐야 할 것인가?

» AI 생태계 확장에 따른 미래 변화: 근미래의 산업 변화·고객 변화 및 기업 기회



# 글로벌 AI 생태계 속 한국의 비즈니스 기회

“ 현재 글로벌 AI 생태계는 미국의 주도, 중국의 추격, 유럽·아시아 주요국 일부 기업의 경쟁력 부상의 구조 ”

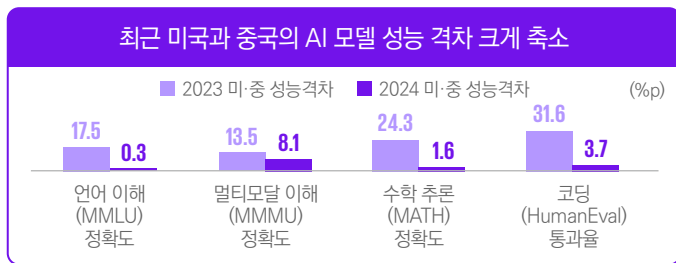
## 글로벌 AI 생태계 구도 및 주요국의 AI 정책 현황

글로벌 AI 생태계 내 미국의 입지가 절대적이다. 2025년 기준 지역별 AI 시장 점유율에서 북미는 43.1%로, 아시아태평양(27.6%)과 유럽(23.2%)을 크게 앞선다. 2024년 기준 글로벌 AI 스타트업 투자 상위 4개사(오픈AI, xAI, 앤트로픽, 인플렉션) 또한 모두 미국 기업이며, 2025년 4분기에도 전 세계 메가라운드(대형 투자) 89건 중 57건, 총 637억 달러가 미국에서 발생했다. 이처럼 미국은 민간 중심의 혁신 생태계와 대규모 글로벌 자본을 기반으로 AI 산업 내 선도적인 역할을 하고 있다.

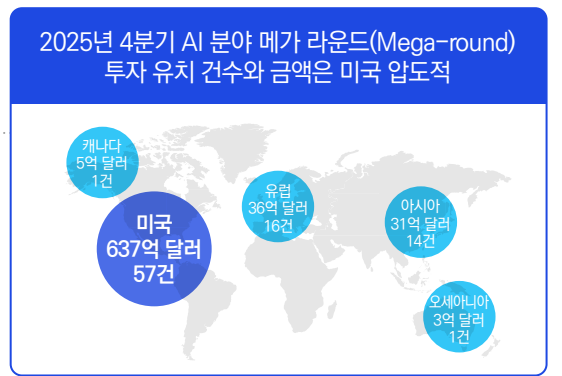
한편 중국은 정부 주도의 장기적이고 체계적인 전략과 산업·정책·인재를 포괄하는 통합 추진 체계를 바탕으로 AI 경쟁력을 키우고 있다. 이러한 기반 위에 중국의 텐센트, 알리바바, 바이트댄스 등 빅테크 기업 또한 자본지출 등을 크게 확대하며 미국의 독주를 빠르게 추격하고 있다. 최근에는 언어 이해·수학 추론·코딩 정확도 등 핵심 AI 기술 분야에서 미국과 중국의 기술 격차가 빠르게 좁혀졌다는 분석도 이어지며, 미국과 중국의 AI 산업 내 접전은 확대될 전망이다.

유럽 역시 2025년 글로벌 AI 시장의 23.2%를 차지하며 존재감을 키우고 있다. 프랑스의 AI 기업 미스트랄AI(Mistral AI), 영국의 AI 인프라 기업 엔스케일(Nscale), 독일의 국방 AI 특화 기업 헬싱(Helsing) 등이 특화 기술과 각국 정부의 적극적인 지원을 바탕으로 성장세를 보이며, 글로벌 AI 생태계 내에서 두각을 나타내고 있다. 또한 2025년 오스트리아 개발자가 공개한 오픈소스 AI 에이전트 ‘오픈클로(OpenClaw)’가 주목을 받으며, AI 에이전트 트렌드 확산을 더욱 가속화한 사례로 평가를 받고 있다.

### ▶▶ 글로벌 지역별 AI 시장 점유율 및 생태계 현황



Source: Stanford HAI AI Index Report(2025), 삼정KPMG 경제연구원  
 Note: MMLU, MMMU, MATH, HumanEval은 각각 AI의 언어, 멀티모달, 수학, 코딩 전반 성능을 평가하는 주요 벤치마크로, 위 그래프에서는 연도별(미국 AI 성능-중국 AI 성능) 격차(%p)를 표시



Source: CB Insights, 삼정KPMG 경제연구원

**중국 주요 기업, AI 경쟁력 강화를 위해 대규모 자본지출 집행**

텐센트, '24년 자본지출 전년 대비 3배 이상 증가  
 알리바바, 향후 3년 최소 3,800억 위안 투자 예정  
 바이트댄스, '25년 1,500억 위안 자본지출 집행

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

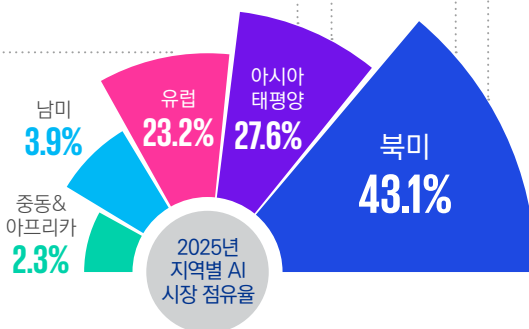
**프랑스 Mistral AI, 영국 Nscale, 독일 Helsing ... 일부 기업 두각 나타냄**

**MISTRAL AI** 프랑스 AI 모델 개발 기업, '25년 누적 31.88억 달러 유치

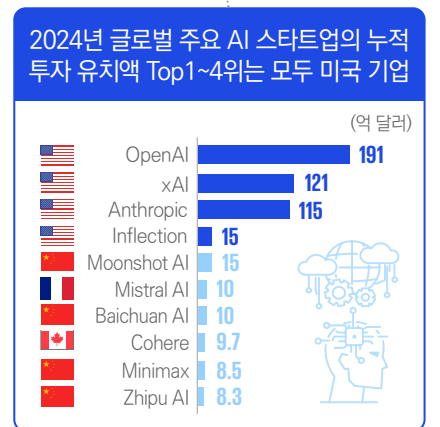
**NSCALE** 영국 AI 인프라 기업, '25년 10월 누적 16.88억 달러 유치

**Helsing** 독일 국방 AI 특화 기업, '25년 누적 15.23억 달러 투자 유치

Source: CB Insights, 삼정KPMG 경제연구원



Source: MarketsandMarkets, 삼정KPMG 경제연구원



Source: CB Insights, 삼정KPMG 경제연구원

## 글로벌 주요국의 AI 지원 및 규제 정책

주요국 정부들은 AI를 국가 경쟁력의 핵심 인프라로 인식하며, 산업 혁신을 위한 지원 정책과 규제 체계를 병행하고 있다. AI 지원 정책은 AI 산업 경쟁력 제고를 위한 AI 인프라 구축, 투자 활성화 등의 기반 조성에 초점을 맞추고 있다.

미국은 2025년 AI 관련 행정 명령 등을 통해 전력망, 데이터센터, 반도체 생산시설 등 핵심 인프라를 대규모로 확충하고, 인허가 절차를 간소화해 실행 속도를 높이고 있다. 중국은 2024년 '국가 집적회로 산업 투자 펀드 3단계'를 출범시켜 AI 반도체와 첨단 집적회로 개발에 투자하고, 국가 AI 전략을 기반으로 중앙 및 지방 정부 차원의 산업 펀드와 금융 지원을 확대 중이다. EU(유럽연합)는 'AI 대륙 실행계획'을 통해 공공 슈퍼컴퓨팅 시설(EuroHPC) 확장과 AI 팩토리 네트워크 구축에 투자하고 있다. 싱가포르는 2023년 '국가 AI 전략 2.0'을 발표하고, 첨단 컴퓨팅 자원 확보와 인재 육성, 인프라 고도화에 10억 싱가포르 달러 이상을 투입 중이며, 캐나다는 2025년 '범캐나다 AI 전략 2.0'을 통해 연구 클러스터 확대와 상용화 펀드 조성을 추진하고 있다.

“  
글로벌 주요국 정부는  
AI 인프라 구축,  
투자 활성화, 인재 확보를  
위한 지원 정책 시행”

### ▶▶ 글로벌 주요국의 AI 지원 및 규제 정책

구분	목적	최근 주요국의 AI 지원 또는 규제 정책 내용
AI 지원	AI 인프라 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li> (미국) AI 관련 행정명령, CHIPS and Science Act, AI 인프라 투자 계획 등을 통해 데이터센터 및 반도체 생산 역량을 강화</li> <li> (중국) 2024년 5월 AI 기반 반도체와 첨단 집적회로 개발을 핵심으로 하는 '국가 집적회로 산업 투자 펀드 3단계' 조성</li> <li> (EU) 2025년 4월 발표된 'AI 대륙 실행계획'에 따라 공공 슈퍼컴퓨팅·AI 팩토리 확장을 추진하고, 유럽집행위원회와 유럽투자은행 그룹이 공동 설계하는 InvestAI 이니셔티브로 AI 분야에 총 2,000억 유로 투자를 동원하며, 이 중 200억 유로 규모의 전용 기금을 통해 AI 기가팩토리(대규모 컴퓨팅 인프라)를 구축할 계획</li> </ul>
	AI 산업 육성 및 투자 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li> (중국) 국가 AI 전략을 기반으로 중앙 및 지방 정부 차원의 산업 펀드와 금융 지원을 확대</li> <li> (싱가포르) 2023년 말에 발표한 '국가 AI 전략 2.0' 기반 첨단 컴퓨팅 자원 확보, AI 인재 육성, 인프라 구축 등에 10억 싱가포르 달러 이상 투자</li> <li> (캐나다) 2025년 '범캐나다 AI 전략 2.0'을 통해 연구 클러스터 및 상용화 펀드 등 확대</li> </ul>
	AI 인재 육성 및 유입	<ul style="list-style-type: none"> <li> (중국) 2020년부터 시행한 치밍(Qiming) 프로그램으로 해외 고급 인재에게 주택 보조금과 300만~500만 위안의 계약 보너스 등을 제공하며 귀환 및 정착 장려 정책을 시행</li> <li> (영국) 2025년 1월 발표한 'AI 기회 행동계획'을 통해 AI 관련 고급 인재 양성을 위한 학위 과정 확대 및 대학과의 협력 강화, AI 인재 유치를 위한 이민 정책 개혁 및 비자 발급 절차 간소화 추진</li> <li> (한국) 2025년 1월 시행된 '첨단산업 인재혁신 특별법'을 통해 기업 사내 대학원 운영 허가, 전문양성인 제도 등 신설</li> </ul>
AI 규제	AI 안정성 및 거버넌스 확립	<ul style="list-style-type: none"> <li> (EU) 2024년 제정된 'AI법'은 불특정 다수의 얼굴 이미지 처리, 기만적 의사결정 조작 행위 등 AI 활용 금지 기준을 제시. 위반 시 글로벌 매출의 최대 7% 과징금 부과 등</li> <li> (한국) 2025년 1월 제정된 'AI 기본법'을 바탕으로 고영향 AI·생성형 AI의 관리 체계, 신뢰성 확보 기준 등을 제시</li> <li> (인도) 2025년 1월 공개된 'DPDP(디지털 개인정보보호) 규칙' 개정 초안을 바탕으로 데이터 보안, 처리 등의 가이드라인을 구축하고 11월 고시함. 2025년 10월부터는 '정보기술법' 개정안에 의거해 AI 생성 콘텐츠 및 딥페이크에 대한 표시 의무화를 추진</li> </ul>

“

AI 기술의 급속한 확산에 따른 사회적 위험을 관리, 책임감 있는 AI 생태계 구축을 위한 AI 규제 등장 ”

AI 인재의 양성과 유입 확대도 각국의 핵심 과제다. 중국은 ‘치밍(Qiming) 프로그램’을 통해 해외 고급 인재의 귀국을 유도하고, 주택 보조금 및 계약 보너스를 제공하며 장기 정착을 지원하고 있다. 영국은 2025년 발표한 ‘AI 기회 행동계획’을 바탕으로 AI 관련 학위과정 확대와 대학 간 협력 강화, 그리고 비자 발급 절차 간소화를 추진 중이다. 한국은 2025년 시행된 ‘첨단산업 인재혁신 특별법’을 통해 기업 내 대학원 운영을 허가하고, 전문인력 양성 제도를 신설하며 인재 공급 기반을 강화하고 있다.

한편 AI 규제 정책은 기술의 급속한 확산에 따른 사회적 위험을 관리하고 책임 있는 AI 생태계를 구축하기 위한 방향으로 정비되고 있다. EU는 2024년 전 세계 최초 포괄적인 AI 규제법인 ‘AI 법’을 제정하여 불특정 다수의 얼굴 인식이나 기만적 의사결정 조작 행위 등을 금지하고, 이를 위반할 경우 글로벌 매출의 최대 7% 과징금을 부과하는 등 강력한 제재를 명문화했다. 한국은 2025년 ‘AI 기본법’을 제정하여 고위험·생성형 AI 시스템의 신뢰성과 안전성 확보 기준을 마련하고 있으며, 인도는 ‘디지털 개인정보보호 규칙(DPDP)’과 ‘정보기술법’ 개정을 통해 데이터 보안과 생성형 콘텐츠의 표시 의무를 강화하는 방향으로 거버넌스를 정비하고 있다.

### 글로벌 AI 생태계 속 한국의 비즈니스 기회 포착 방안

글로벌 AI 시장이 미국과 중국의 기술 주도과 그리고 유럽과 아시아 주요국의 특화 경쟁 등으로 빠르게 변화하는 가운데, 한국 기업은 AI를 새로운 성장 동력으로 삼아, 산업 경쟁력 강화와 글로벌 시장 진출을 동시에 달성할 수 있는 전략적 전환이 필요하다.

현재 글로벌 AI 생태계는 크게 다섯 개 층위로 구성된다. 첫째, GPU·AI 반도체·데이터 센터로 대표되는 인프라 레이어, 둘째, LLM과 멀티모달 모델 중심의 파운데이션 모델 레이어, 셋째, AI 에이전트 프레임워크 등 미들웨어, 넷째, 산업 특화 AI 솔루션, 다섯째, 기업 AI 전환 서비스 영역이다. 이 중 인프라, 파운데이션 모델 등의 레이어는 소수 글로벌 기업 중심의 과점화가 빠르게 진행되고 있다. 반면 산업 특화 AI와 기업 전환 영역은 아직 경쟁 구도가 고착되지 않았으며, 각국의 산업 구조와 보유한 산업별 데이터가 다르기 때문에 차별화 기회가 존재한다.

#### » 글로벌 AI 생태계를 이루는 다섯 개의 층위



한국 기업은 산업 특화 AI(Vertical AI) 영역에서 큰 경쟁력을 지니고 있다. 제조, 조선, 자동차, 이차전지, K-콘텐츠 등 이미 글로벌 경쟁력을 확보한 산업에 AI를 깊이 결합한 고도화 솔루션 전략이 핵심이다. AI 모델에 산업 데이터와 현장 운영 노하우를 접목해 생산성 향상, 품질 최적화, 에너지 절감 등 실질적인 성과로 연결해야 한다. 특히 피지컬 AI 흐름이 본격화되는 상황에서, AI가 공정을 스스로 판단하고 최적화하는 자율형 제조 시스템을 패키지화해 해외 제조 시장에 수출하는 전략도 유효하다.

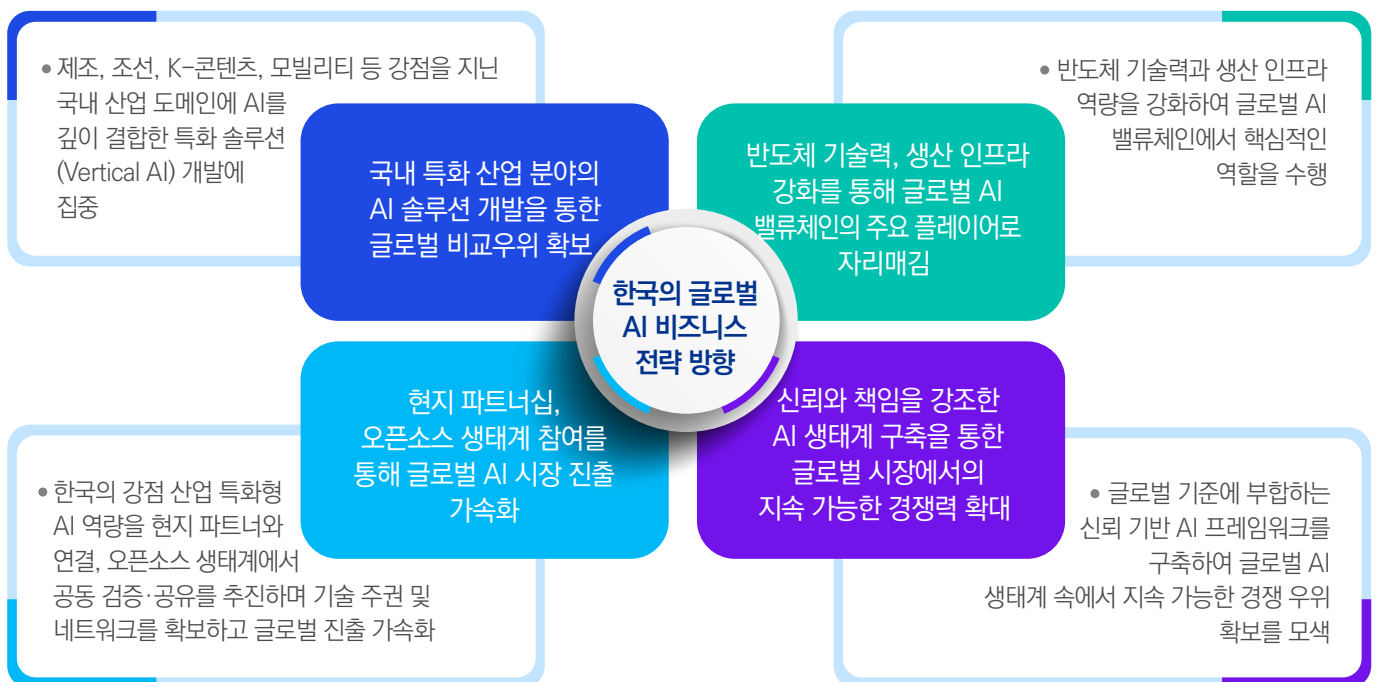
“  
글로벌 AI 비즈니스  
전략으로 강점 산업  
특화 개발, 인프라 역량 및  
현지 파트너십 확대,  
신뢰 기반 AI 생태계  
구축 등이 핵심적 ”

둘째, 글로벌 AI 투자 확대는 데이터센터, 서버, 전력 인프라 등 후방 산업 수요를 빠르게 증가시키고 있다. 한국 기업은 메모리 반도체 등 핵심 분야에서 보유하고 있는 경쟁력을 바탕으로 AI 인프라 생태계의 핵심 부품·소재·장비 공급자로 포지셔닝하는 전략을 더욱 강화해야 한다. 이를 통해 단순한 수요 증가의 수혜를 넘어, 글로벌 AI 밸류체인 내에서 전략적 영향력 확대를 모색해야 한다.

셋째, 글로벌 시장 영향력 확대를 위해서는 현지 파트너십과 오픈소스 기반의 개방형 전략이 필수적이다. 각국의 규제·데이터 환경이 상이한 만큼, 현지 기업 및 연구기관과의 협업을 통해 시장 적합성을 확보하고 공동 개발·상용화 모델을 구축해야 한다. 동시에 AI 모델·데이터·프레임워크 개발 단계부터 국제 오픈소스 생태계에 적극 참여함으로써, 산업 특화 AI 역량을 글로벌 협력 네트워크와 연결해야 한다. 이러한 개방형 접근은 글로벌 확장성과 기술 경쟁력을 동시에 강화하는 기반이 된다.

마지막으로, 신뢰 기반 AI 생태계 구축은 기업 경쟁력의 핵심 조건이다. EU AI법과 한국의 AI 기본법 제정에서 보듯, 향후 경쟁의 기준은 기술력뿐 아니라 신뢰성과 책임성에 있다. 한국 기업은 국제 규범의 흐름을 선제적으로 반영해 글로벌 기준에 부합하는 신뢰 프레임워크를 구축함으로써, 규제 리스크를 관리하고 시장 신뢰를 확보하는 동시에 지속 가능한 경쟁 우위를 강화해야 한다.

➤ 한국 기업의 글로벌 AI 비즈니스 전략 방향



## 빅테크·M7 기업의 경쟁·협력 구도 및 한국의 대응 방안

“ M7은 AI를 중심으로 한 산업 혁신 도모와 시장 지배력 강화를 위해 다양한 전략을 적극적으로 선보임 ”

### 빅테크·M7의 AI 시대 성장 전략

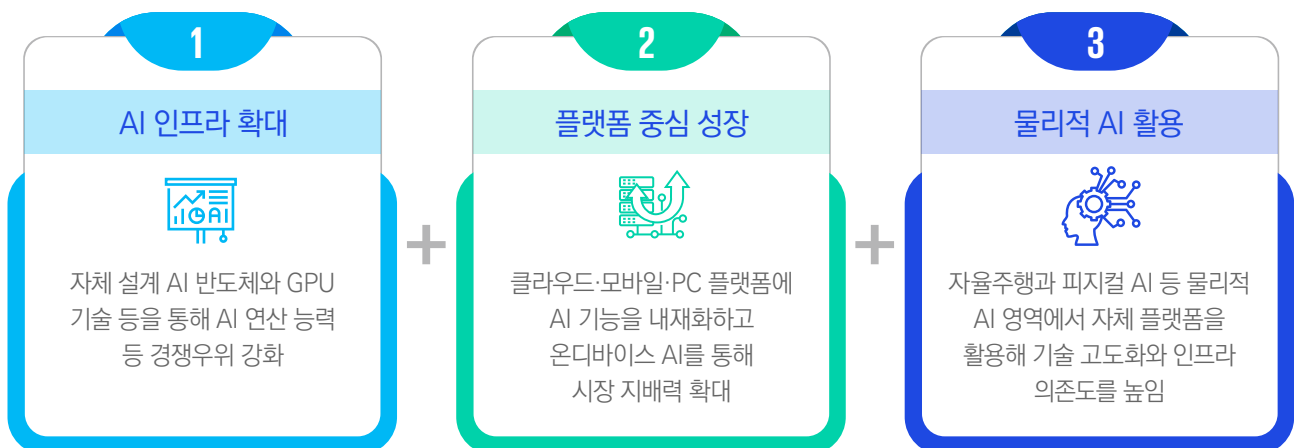
AI 시대에서 빅테크 기업을 포함한 다양한 산업의 기업 간의 경쟁이 치열하게 펼쳐지고 있는 가운데, 글로벌 AI 시장에서 가장 주목 받는 기업으로 M7(Magnificent 7 / 알파벳, 아마존, 애플, 메타, 마이크로소프트, 엔비디아, 테슬라)에 주목해야 한다. 일반적으로 빅테크가 기존 플랫폼 지배력을 활용하여 AI를 내재화하여 성장하는 안정적인 전략을 취하는 것으로 평가되는 것과 비교하여, M7은 인프라와 소프트웨어 등 AI의 전방위적 혁신을 통해 AI 시대에 핵심 리더로 나서는 것을 지향점으로 삼고 있다는 점에서 주목 받는다. M7은 AI를 중심으로 한 산업 혁신 도모와 시장 지배력 강화를 위해 다양한 전략을 적극적으로 펼치고 있다.

첫 번째는 AI 인프라 확대를 통한 성장 전략이다. AI 반도체 시장에서 막강한 영향력을 보이고 있는 엔비디아는 AI 시대 반도체의 핵심 기술로 평가되는 GPU 기술을 활용하여 AI 반도체 분야에서 절대적인 점유율을 확보하며 AI 연산 능력을 선도하고 있다. 테슬라, 알파벳(구글), 애플 등 M7 기업도 자체 설계한 AI 반도체를 활용하여 하드웨어적 우위를 통해 AI 시대의 경쟁 우위를 확보하고 있다.

두 번째는 플랫폼을 중심으로 한 성장 전략이다. 자체 보유 플랫폼과 연계한 AI와 디바이스와 연계한 온디바이스 AI 기술을 통해 AI 시장에서의 지배력 강화 노력이 이어지고 있다. 클라우드 플랫폼을 운영하는 아마존, 구글, 마이크로소프트 등은 SaaS 형태로 AI 기술을 제공하여 자체 클라우드 플랫폼의 경쟁력을 확대하는 전략으로 활용한다. PC 플랫폼의 시장 지배력을 보유한 마이크로소프트와 애플, 모바일 플랫폼의 시장 지배력을 보유한 알파벳, 애플 등의 M7 기업은 자체 플랫폼 및 디바이스에 AI 기능을 내재화하는 온디바이스 AI 기술을 통해 경쟁우위를 확대하고 있다.

세 번째는 자율주행과 피지컬 AI 등 물리적 환경에서의 전략이다. 테슬라는 자사 자동차에 AI를 기반으로 한 FSD(Full Self-Driving) 기술을 활용하여 화제를 모으고 있으며, 자체 개발한 슈퍼컴퓨터를 통해 자율주행 기술 고도화에도 나서고 있다. 엔비디아는 AI 기반 물리 환경 구현 소프트웨어 플랫폼 'CUDA'를 통해 피지컬 AI와 자율주행 등 물리적 환경에서의 AI 활용 분야에서도 자사 인프라에 대한 의존도를 높이고 있다.

### ➤ M7의 AI 시대 핵심 성장 전략



M7 기업이 AI 시대 시장 확대를 위해 활용하는 네 번째 전략은 오픈소스 기반의 생태계 확장이다. AI 모델을 오픈소스 형태로 공개하여 개발자 생태계 확대를 통한 시장 확대를 도모하는 M7 기업의 대표로는 AI 모델 Llama를 제공하고 있는 메타가 거론된다. 이는 폐쇄형 전략을 취하는 타 AI 개발 기업과 대비되는 차별화 전략으로, Llama 기반의 AI 연구가 활발하게 이루어지도록 개방적 생태계를 구성하여 관련 생태계 확장 효과를 도모하는 것으로 추론된다.

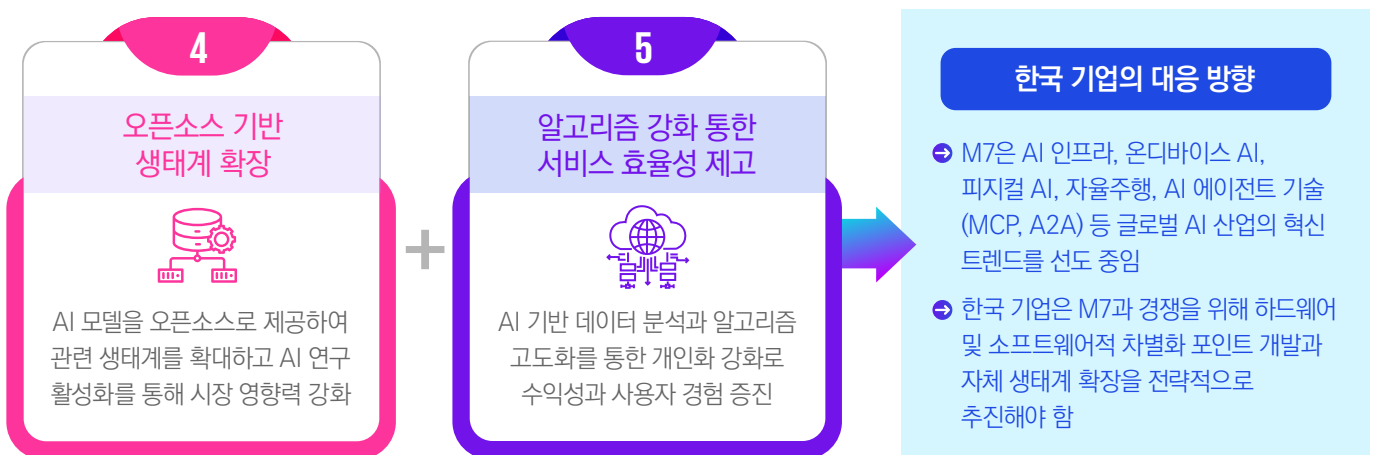
“ M7 기업이 만들고 있는 AI 시대 성장 방향성에 대응하는 한국 기업의 성장 방향성 수립 전략에 주목해야 ”

다섯 번째 전략으로 주목 받는 분야는 알고리즘 강화를 통한 서비스 효율성 강화이다. 메타, 알파벳 등 소셜 네트워크, 검색 등 다수의 이용자가 활동하는 플랫폼을 보유한 M7 기업은 AI를 통해 다양한 온라인 플랫폼 행위의 분석 능력 강화와 알고리즘 기술 고도화를 통한 플랫폼 효율성 강화를 도모하고 있다. AI의 높은 지능과 AI 인프라를 통한 데이터 분석 역량을 통해 M7은 플랫폼 내 맞춤형 광고와 상품 추천 등의 개인화를 통해 수익성을 높이고 플랫폼 이용자의 사용 경험을 강화하기 위한 노력을 이어나가고 있다.

AI 시대에 글로벌 시장에서 중요도가 높아지고 있는 M7은 AI 시대 지배력 강화를 위해 AI 시장에서 하드웨어·서비스 혁신을 다양한 방식으로 이뤄내기 위한 적극적인 움직임을 가져가는 중이다. M7은 반도체, 클라우드 등의 AI 인프라 기술력 강화와 온디바이스 AI, 피지컬 AI, 자율주행 기술 등의 하드웨어 및 소프트웨어 기술 차별화를 통한 AI 혁신 전략이 주목된다.

AI 시대에서 M7은 AI 모델 개발부터 자체 디바이스, 플랫폼에 AI 적용을 통한 기술 적용을 넘어 다양한 생태계 확장으로 전략을 이어가고 있다. AI 모델, GPU 등의 AI 인프라, SaaS 내재화 등의 클라우드 기반 AI 서비스 등 글로벌 시장을 선도하고 있는 M7 기업은 새롭게 부상하는 AI 에이전트 시장에서도 규범이 되고 있는 MCP(Model Context Protocol), A2A(Agent-to-Agent) 기술 등으로 AI 생태계를 선도중이다. 이는 M7 기업이 만들고 있는 AI 시대 성장 방향성에 맞춘 한국 기업의 성장 방향성 수립 전략에 주목해야 하는 이유이다. 한국 기업은 M7과 경쟁을 위해 하드웨어 및 소프트웨어적 차별화 포인트 개발과 자체 생태계 확장을 전략적으로 추진해야 할 필요가 있다.

» M7의 AI 시대 핵심 성장 전략과 한국 기업의 대응 방향



## AI 수익화 시대, 한국 기업은 무엇을 준비해야 하는가

“  
 소버린 AI를 통한 한국의  
 디지털 주권 강화와  
 글로벌 협력 전략을  
 병행하여 AI를 지속  
 가능한 성장을 이루는  
 핵심 도구로 삼아야 ”

한국 기업은 M7(알파벳, 아마존, 애플, 메타, 마이크로소프트, 엔비디아, 테슬라)이 주도하는 AI 시장의 혁신 흐름 속에서 제조, 반도체, 콘텐츠, 금융, 통신 등 강점을 보유한 산업을 기반으로 M7과의 협력, 경쟁 등을 통한 혁신 기회를 모색해야 한다. 한국에는 AI 모델을 개발하는 테크 및 통신 기업과 AI 인프라를 개발하는 반도체 및 클라우드 기업 등의 인프라 중심 기업과 함께 AI를 기반으로 다양한 활용 프로그램을 개발하는 소프트웨어 기업 등이 존재하여 AI 생태계가 다방면으로 갖춰진 것으로 평가되고 있다. 인프라 측면에서 한국 기업은 삼성전자와 SK하이닉스 등의 HBM(고대역폭메모리) 제품을 포함한 AI 반도체 기술을 중심으로 글로벌 AI 인프라 시장에서의 영향력을 확대함과 함께 M7 중심의 AI 인프라 시장에서 전략적 파트너십을 강화해야 한다. 또한 소프트웨어적으로는 M7 등 글로벌 플랫폼 시장과의 차별점을 모색하여 한국 기업이 비교 우위를 가질 수 있는 영역을 발굴하여 경쟁력을 확보해야 한다. 가령 콘텐츠 강국의 입지를 활용한 K-콘텐츠 기반의 글로벌 팬덤 AI 플랫폼을 구성하는 등 한국 기업만의 강점 개발 등이 가능하다. 이와 함께, 생성형 AI 기반 고객 서비스, 리스크 분석, 의료 영상 분석 등 다양한 산업 영역에 특화된 솔루션을 M7 기업과 경쟁 및 기술 제휴를 통해 개발하여 글로벌 시장으로의 진출을 확대해야 한다.

한국 기업의 안정적인 글로벌 AI 경쟁 토대를 마련하기 위한 정책 및 거버넌스 측면에서는 글로벌 표준에 맞는 AI 윤리와 규제를 선도적으로 구축하여 글로벌 시장에서 한국 기업의 표준 대응력을 확보하여야 한다. 한국 정부는 또한 디지털 주권 확보를 목표로 소버린 AI 양성을 위한 전략적 움직임을 가져가고 있다. 국가 차원에서 AI 생태계 속 지속가능한 토대를 구축하는 데 초점을 맞추고 언어, 문화, 법규 등 국내 환경에 맞춘 AI 모델을 육성하여 기술 자립성을 강화 시키고자 하고 있다. 한편 소버린 AI 전략을 추진하는 과정에서 자체 AI 생태계 구성을 위한 비용 부담과 자체 플랫폼으로는 글로벌 생태계와 연계되지 못할 수 있다는 우려를 해소해야 한다. 이러한 점에서 지속 가능한 소버린 AI 구축을 위해서 M7 기업과의 협력의 중요성이 강조된다. 하드웨어 측면에서는 M7과 공동 인프라 투자 및 제휴를 통한 구축 비용의 절감 도모 및 확장성 확보가 중요하며, 소프트웨어적으로는 한국 기업이 강점을 가진 제조, K-콘텐츠 등 주요 산업에 특화된 AI 솔루션을 개발하여 M7의 글로벌 플랫폼과 연계한 수출형 서비스로 확장하는 방안을 고려할 수 있다.

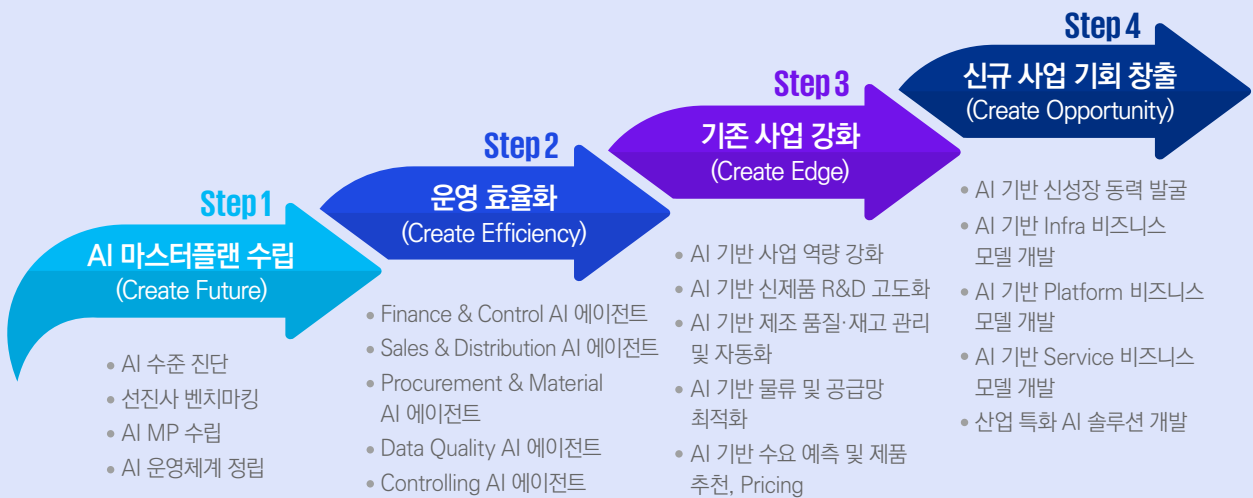
한국 기업은 M7과 협력 체계를 구축하며 자체적인 경쟁력 강화를 위한 내부 역량 강화 노력이 지속적으로 이뤄져야만 한다. 한국 기업이 수익 모델의 창출이 가능한 AI 활용을 위해서는 국내 환경에 특화된 고품질 데이터를 확보하고 기업 내부적으로 우수한 역량을 갖춘 AI 내재화를 마련하는 것이 주요 과제로 평가된다. 이를 위해 국가 단위의 AI 인프라 구축과 함께 데이터 톨을 마련하여 한국 기업의 AI 생태계 발전을 위한 토대를 구축할 것을 제언한다. 기업 내부적으로는 AI 인재 확보를 위한 기업 내부 조직 최적화를 통해 기업 내부에 AI가 성공적으로 활용될 수 있는 AI 내재화의 기반을 마련해야 한다.



# HOW KPMG CAN HELP

삼성KPMG는 고객의 AX(AI 전환)를 지원하기 위해 혁신 기술 도입 전략 수립부터 유스케이스 발굴 및 적용까지 End-to-End 서비스를 제공합니다. 산업별 경험과 AI 기술을 결합해 기업의 비즈니스 혁신을 이끄는 전략적 파트너로서 역할을 수행하며, 기업의 지속적인 가치 창출에 기여하고 있습니다.

## 삼성KPMG 기업 AI 전환 서비스 4단계



## 삼성KPMG AI센터 역할 및 주요 상품



### AI 관련 컨설팅 서비스

#### AX 전략 및 Biz 컨설팅

- AI 기술 활용 디지털 혁신 및 AI 기반 자동화

#### AI 서비스 기획 및 설계

- AI 기술 구현을 위한 아키텍처/서비스 설계

#### 산업별 AI 적용 방안 컨설팅

- 제조/리테일 등 산업 전반 AI 최적화 활용 전략

#### AI 보안 및 규제 대응 컨설팅

- AI 환경의 보안 및 국내외 규제 준수 자문



### AI E2E(End-to-End) 서비스

#### AI 전략 및 도입 방안 컨설팅

- 전사 AI 도입 및 Biz 활성화 전략 수립

#### AI 사용자 경험 및 서비스 설계

- 기업의 AI 활용을 위한 AI 과제 발굴/ AI 설계

#### AI 플랫폼 및 AI 에이전트 구축

- 산업별 최적화된 AI 모델 도입 및 구축

#### AI 보안 및 규제 대응 컨설팅

- AI 활용 리스크 대응 및 국내외 규제 준수 자문

### 삼성KPMG AI 기반 내부통제 솔루션 'KAigen-IC'

재무보고 중심, 샘플 테스트 위주가 아닌  
→ 운영 전반, 전수 데이터 분석

매뉴얼 작업 기반의 관행적 분석이 아닌  
→ AI 기반 표준화, 자동화된 다차원 분석

단발성 점검이 아닌  
→ 365일 24시간 상시 모니터링 자동화

수동적인 사후 관리가 아닌  
→ 리스크 사전 포착, 선제적 대응

# Business Contacts

## 테크·미디어·통신 산업

강인혜  
전무, Industry Leader  
E ikang@kr.kpmg.com

오현창  
부대표  
E heonchangoh@kr.kpmg.com

민성진  
전무  
E smin@kr.kpmg.com

## 금융 산업

김민규  
부대표, Industry Leader  
E mingyukim@kr.kpmg.com

신재준  
부대표  
E jaejunshin@kr.kpmg.com

## 소비재·유통 산업

한상일  
부대표, Industry Leader  
E sangilhan@kr.kpmg.com

박관종  
전무  
E kwanjongpark@kr.kpmg.com

## 제조·인프라·공공 산업

황재남  
부대표, Industry Leader  
E jaenamhwang@kr.kpmg.com

신동준  
전무  
E dongjunshin@kr.kpmg.com

## 제조·에너지 산업

노상호  
부대표, Industry Leader  
E sanghoroh@kr.kpmg.com

김성배  
전무  
E sungbaekim@kr.kpmg.com

## 전략컨설팅

이동석  
부대표  
E dongseoklee@kr.kpmg.com

신기진  
전무  
E kshin1@kr.kpmg.com

허인재  
상무  
E ihur@kr.kpmg.com

## AI센터

이동근  
전무  
E tongkeunlee@kr.kpmg.com

최종원  
상무  
E jchoi16@kr.kpmg.com

이준기  
상무  
E jlee199@kr.kpmg.com

[home.kpmg/kr](http://home.kpmg/kr)

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2026 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.